

# BILANCIO

SOSTENIBILITÀ | 2021

becoming  
**g.re.a.t.**

**igd**   
SPAZI DAVIVERE

# Obiettivi del documento

---

**Presentare una sintesi del 12° Bilancio di Sostenibilità**

**Illustrare i risultati raggiunti nell'anno e nel piano 2019-2021 in relazione ai target individuati**

# Le tappe del percorso di sostenibilità in IGD

2011	Il primo Bilancio di Sostenibilità (su dati 2010)
2012-2014	Il percorso per una maggiore consapevolezza interna
2013	L'integrazione della sostenibilità nel Business Plan
2014-2015	La materialità e la nuova impostazione del Bilancio
2016	Prima approvazione in Consiglio di Amministrazione
2017	Primo anno della certificazione del Bilancio e nuova materialità
2018	Nuovi obiettivi di sostenibilità e introduzione metodologia per valutazione impatto applicata su tre progetti
2019	Integrazione analisi dei rischi nella strategia di sostenibilità e definizione target di breve/medio e lungo periodo
2020	Adesione al Global Compact delle Nazioni Unite
2021	Inizio rendicontazione Scope 3 e definizione target quantitativi 2022-2024 ed «Ambizioni» al 2030

# Bilancio di Sostenibilità: standard utilizzati ed assurance

---

## Standard utilizzati



## Assurance



# Struttura del Bilancio di Sostenibilità

Il Bilancio di Sostenibilità è strutturato sui 12 temi material identificati da IGD nell'analisi di materialità, aggregati secondo l'acronimo G.R.E.A.T.



Lettera agli stakeholder

Nota metodologica

Introduzione: chi è IGD e cenni su performance economica

⚙️ Strategia di sostenibilità

## GREEN

⚙️ Climate Change

⚙️ Accessibilità e mobilità

## RESPONSIBLE

⚙️ Buona occupazione

⚙️ Benessere, salute e sicurezza

## ETHICAL

⚙️ Governance, etica e corruzione

## ATTRACTIVE

⚙️ Valorizzazione sostenibile del portafoglio

⚙️ Offerta

⚙️ Spazi da vivere

⚙️ Innovazione

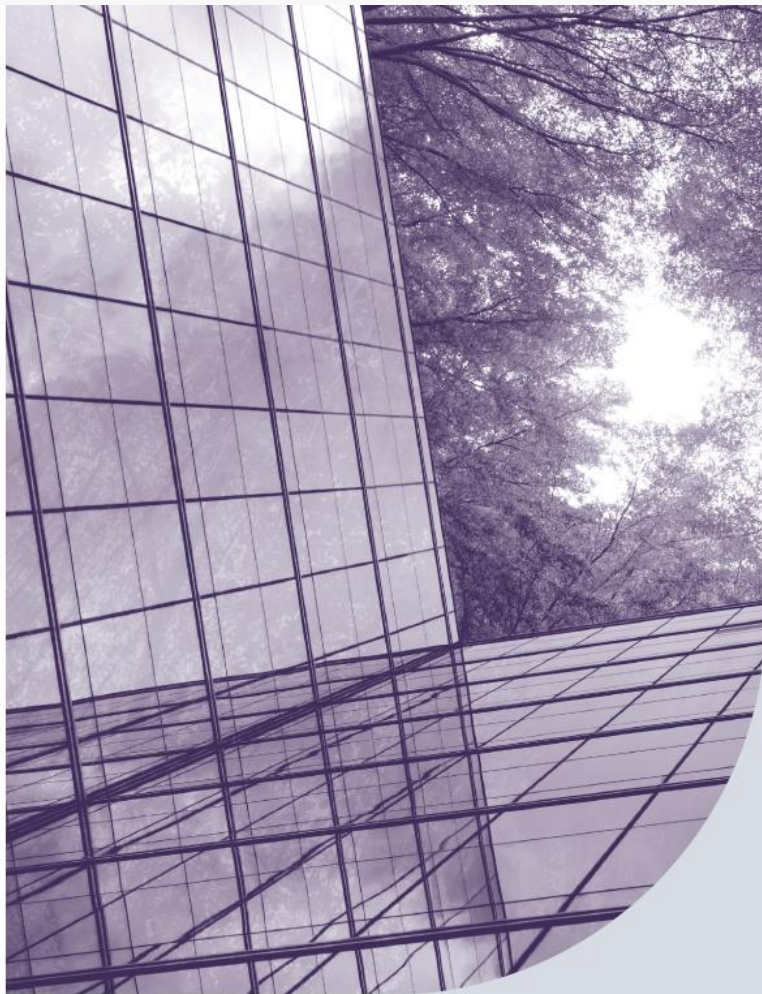
## TOGETHER

⚙️ Coinvolgimento degli stakeholder

⚙️ Comunità locali

Tabella GRI STANDARDS, EPRA, SDGs

Assurance esterna



## STRATEGIA DI SOSTENIBILITÀ

# I principali focus sulla strategia di sostenibilità 2021

---

1. APPROFONDIMENTO DELL'IMPATTO COVID-19 SU STRATEGIA E PERFORMANCE\_CONFRONTO 2020-2021
2. RENDICONTAZIONE SUL LIVELLO DI RAGGIUNGIMENTO TARGET PIANO 2019-2021 E PERCORSO PIANIFICAZIONE 2022-2024 (CON AMBIZIONI AL 2030)
3. AGGIORNAMENTO ADESIONI A STANDARD/RIFERIMENTI INTERNAZIONALI



# 1. Approfondimento dell'impatto Covid-19 su strategia e performance\_confronto 2020-2021

	I temi material	Rischi CSR	Raggiungimento obiettivi	Performance
2020	Confermati i 12 temi con <b>maggiore focalizzazione sul tema «salute»</b>	Inseriti specifici «rischi pandemici»		<b>Performance difficilmente confrontabili</b> con gli anni precedenti.
2021	<ul style="list-style-type: none"><li>• Confermati i 12 presenti nel 2020;</li><li>• Nuove tematiche rilevanti entreranno nella materialità 2022</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Monitorati i rischi mappati e adeguati alcuni rischi, alle nuove esigenze;</li><li>• Inserite le "opportunità" collegate ad una attenta gestione dei rischi</li></ul>	<b>Impatto significativo della pandemia</b> sia sugli investimenti che sulla difficoltà ad organizzare eventi aggregativi nei Centri Commerciali	Nei primi 5 mesi <b>performance</b> confrontabili con il 2020; dal <b>termine delle restrizioni</b> andamenti di molti <b>KPI</b> confrontabili con il <b>periodo pre pandemico</b>



## **2. Rendicontazione sul livello di raggiungimento target piano 2019-2021 e percorso pianificazione 2022-2024 (con ambizioni al 2030)**

### **TARGET 2019-2021**

Il 2021 ha rappresentato il terzo ed ultimo anno della pianificazione 2019-2021. Nel Bilancio vengono riportate sia le azioni svolte per raggiungere gli obiettivi durante l'anno, che una valutazione sul livello di raggiungimento degli obiettivi nell'arco del Piano (scala da 1-obiettivo non raggiunto a 4-obiettivo pienamente raggiunto).

#### **LIVELLO COMPLESSIVO DI RAGGIUNGIMENTO OBIETTIVI**

**80%**

Il Piano 2016-2018 aveva raggiunto un livello del 90%

### **PERCORSO PIANIFICAZIONE 2022-2024**

In Bilancio viene rendicontato il percorso che ha portato IGD alla definizione degli obiettivi di sostenibilità inseriti nel Business Plan. Nello specifico:

- 1. LE SCELTE ALLA BASE DELLA NUOVA PIANIFICAZIONE**
- 2. LA METODOLOGIA SEGUITA PER LA REDAZIONE**
- 3. IL PERCORSO PER LA REDAZIONE ED IL COINVOLGIMENTO DEL CDA**
- 4. I CONTENUTI DELLA PIANIFICAZIONE**

Nel Bilancio viene riportato un estratto dei 41 target quantitativi 2022-2024 e delle 22 «Ambizioni» al 2030 comprese nel Business Plan approvato in data 14 Dicembre 2021

### 3. Aggiornamento adesioni a standard/riferimenti internazionali

---



Formalizzata l'adesione al Global Compact delle Nazioni Unite nel 2020, annualmente IGD rendiconta le proprie politiche e performance per supportare i Dieci Principi del Global Compact inerenti Diritti Umani, Lavoro, Ambiente ed Anti-corruzione



Nel Bilancio di Sostenibilità 2021, per il terzo anno, IGD risponde alle raccomandazioni della Task Force sulle comunicazioni di informazioni di carattere finanziario relative al clima (TCFD\*)

# La sostenibilità IGD nel contesto nazionale ed internazionale

---



IGD è membro del Sustainability Committee dal 2018. Nel corso del 2021 ha partecipato ai due meeting online organizzati



IGD è membro del Sustainability Group dal momento della sua costituzione, avvenuta nel corso del 2020. Nel 2021 ha partecipato ai 6 meeting online organizzati



IGD fa parte di Impronta Etica dal 2010. Fra le varie attività, nel 2021 IGD ha partecipato a specifici approfondimenti sull'economia circolare e la comunicazione



IGD esprime la Presidenza della Commissione ESG, che nel corso del 2021 si è riunita 11 volte. Nel corso dell'anno, fra gli altri temi, è stato definito il Manifesto di Sostenibilità per l'associazione, identificati i possibili punti di interesse per il settore in merito al PNRR ed analizzato le principali novità legislative in ambito europeo.

becoming  
**g.re.a.t.**

**g.**

green

# 1.1 Climate change – interventi in sintesi

8 impianti fotovoltaici installati in 7

Centri Commerciali, per una potenza complessiva di 2,1 MWp.

Nel 2021 hanno prodotto il 7% dell'energia elettrica totale



100% dei Centri Commerciali utilizza energia verde. Non immesse in atmosfera 17.200 ton Co2

Fotovoltaico

Energia 100% da fonti rinnovabili



illuminazione con tecnologia led



Certificazione UNI EN ISO 14001



Monitoraggio consumi elettrici

Certificazione BREEAM



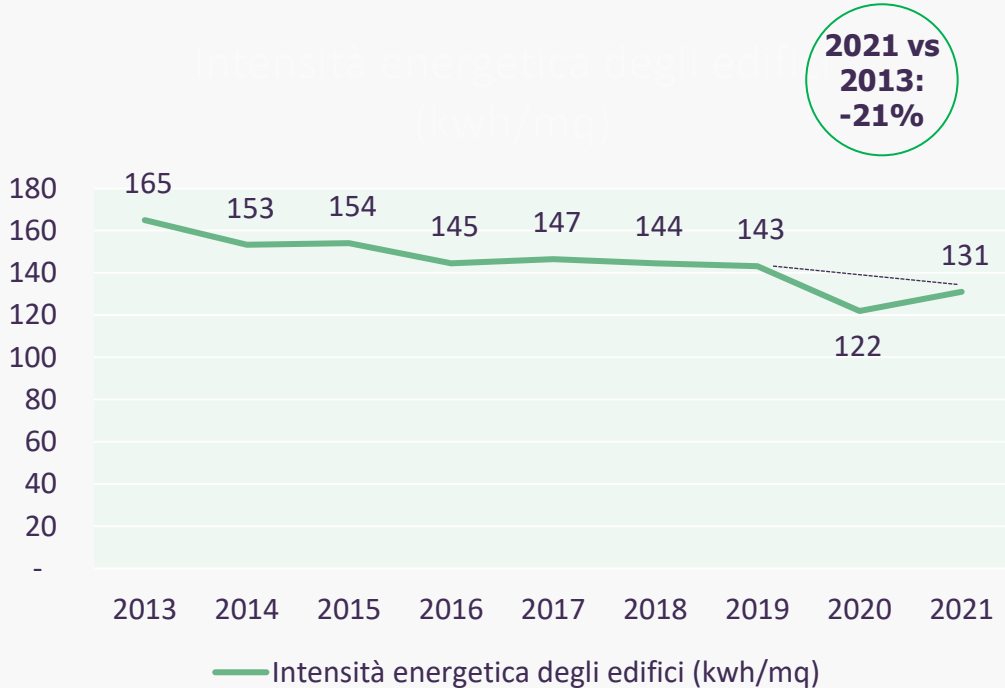
Attualmente sono 19 i Centri Commerciali IGD dotati di impianti di illuminazione con tecnologia a led. Nel 2021 risparmio del 6,5% sui consumi

Sono attualmente 24 i Centri Commerciali, oltre alla sede di Bologna, che hanno ottenuto e mantengono questa certificazione, corrispondenti al 95% dei mq del portafoglio IGD delle Gallerie di piena proprietà.

Installati 248 contatori divisionali in 20 Centri Commerciali per monitorare i consumi elettrici. Prossimo avvio di progetti pilota con uso intelligenza artificiale

Certificati BREEAM aree comuni di 8 Centri Commerciali, corrispondenti al 54% in valore sull'intero portafoglio Gallerie proprietà Italia

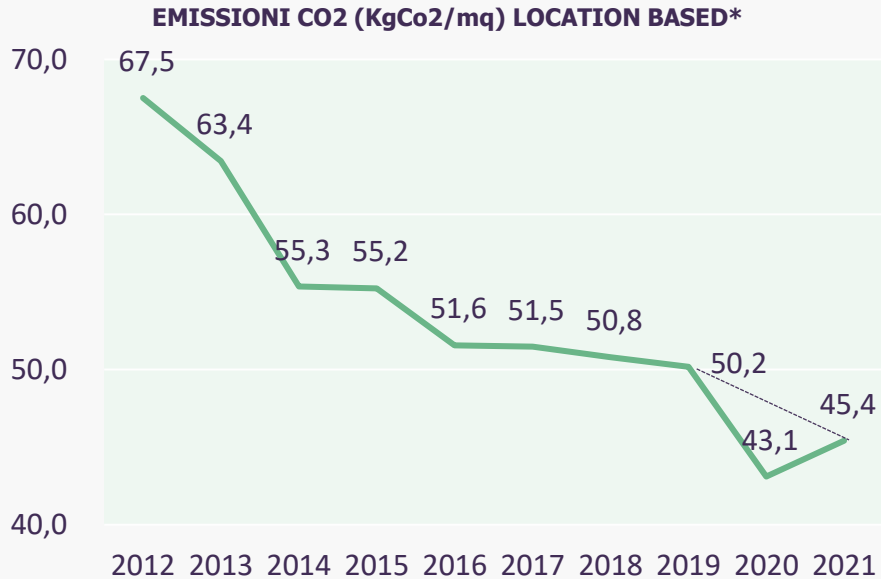
# 1.1 Climate change\_intensità al mq consumi energetici



La diminuzione dell'intensità energetica del portafoglio IGD nel corso degli anni testimonia l'impegno del Gruppo ad orientare i propri investimenti (5,8 milioni di euro negli ultimi 3 anni) al miglioramento dell'efficienza energetica delle strutture.

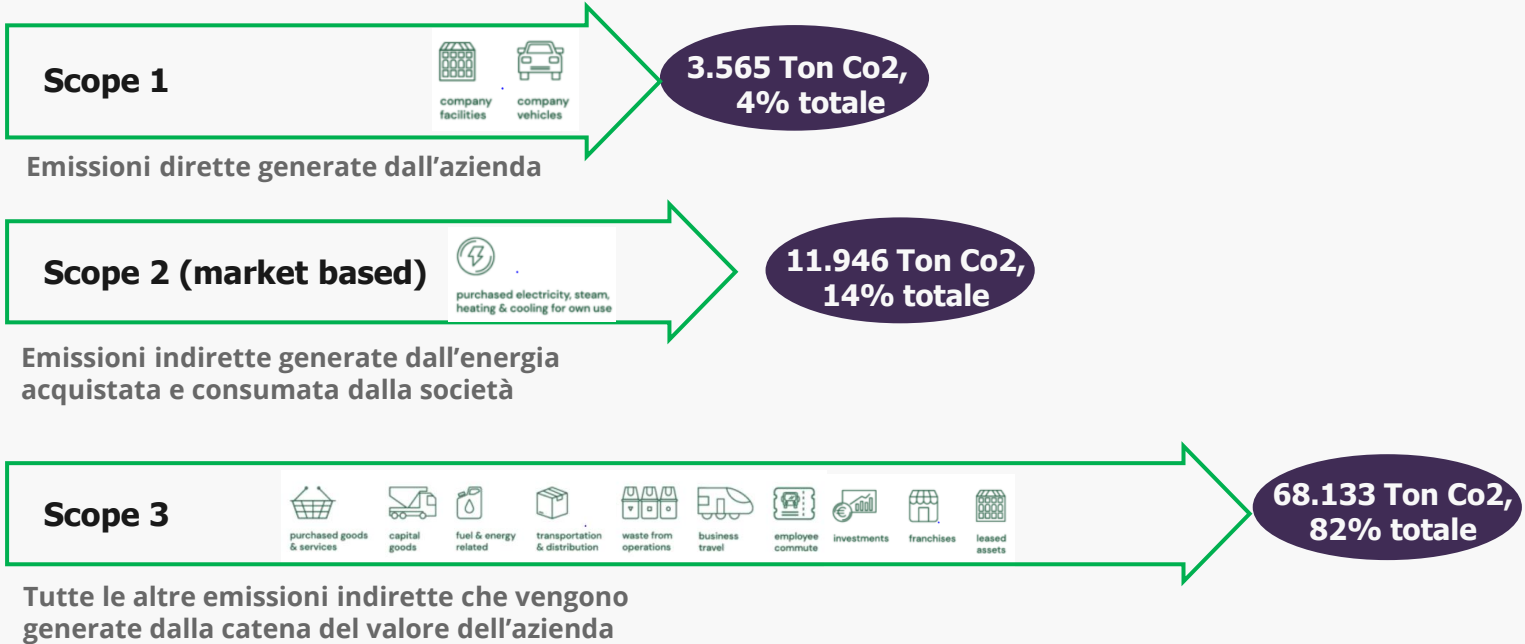
# 1.1 Climate change\_intensità al mq emissioni CO2\_Scope 1 e 2

Escludendo il 2020 (con 87 giorni di chiusura), le emissioni di gas serra del 2021 confermano il trend di diminuzione che prosegue dal 2012.



\*LOCATION BASED: riferito a dove avviene il consumo energetico

# 1.1 Climate change\_Emissioni Gas Serra\_Scope 1, Scope 2, Scope 3 Italia + Romania



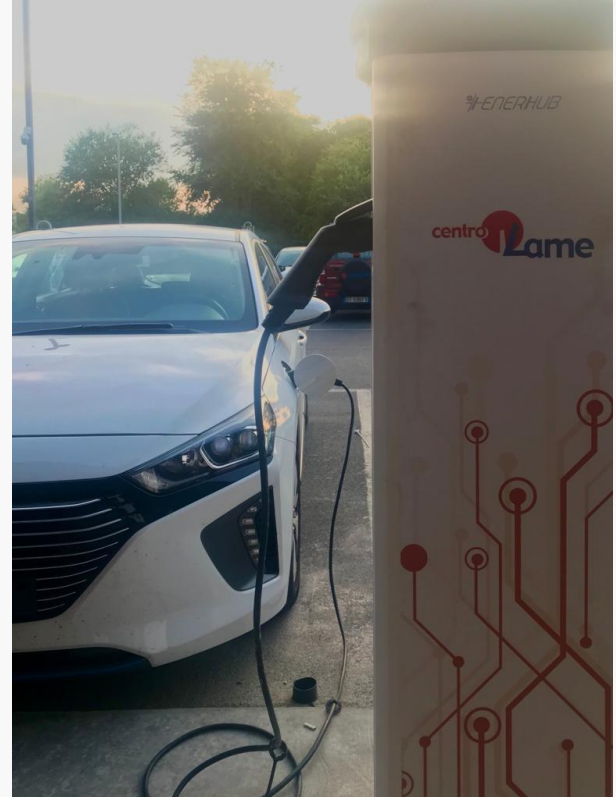
La valutazione complessiva delle emissioni Scope 1, 2 e 3 consentirà ad IGD di intraprendere il percorso per certificare target quantitativi di riduzione dell'impatto ambientale in logica Science Based



## 1.2 Accessibilità e mobilità\_progetti in corso

### AUTO ELETTRICHE

- Installate complessivamente 35 colonnine in 20 Centri Commerciali. Questo ha permesso il **risparmio di 14,4 ton di CO2** che sarebbero state prodotte in un anno da un'auto tradizionale a parità di km\*.
- In virtù degli accordi siglati nel corso del 2021 con due società leader a livello internazionale, nei prossimi anni i Centri Commerciali con infrastruttura Fast passeranno dai 3 attuali a 10.

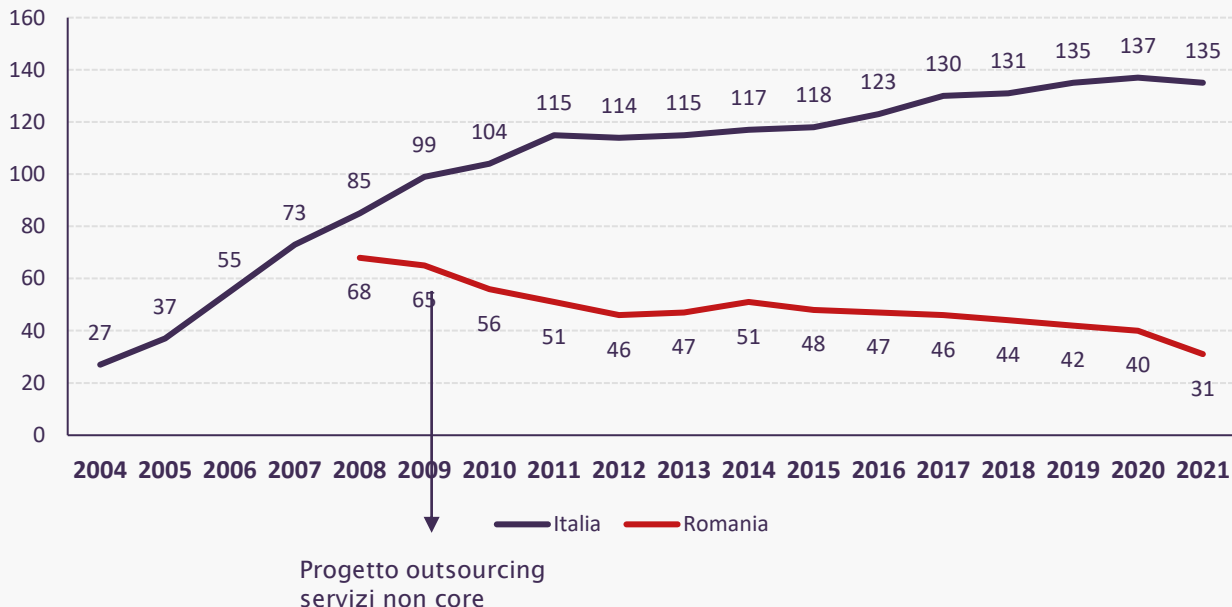


becoming  
**g.re.a.t.**

**r**

responsible

## 2.1 Buona occupazione\_l'organico



**Stabile il dato occupazionale. Strutturata la nuova funzione aziendale di Information Technology.**  
**Il calo degli occupati in Winmarkt collegato a pensionamenti e cambiamenti organizzativi**

## 2.1 Buona occupazione\_ formazione Italia e Romania



## 2.3 Benessere e sicurezza\_ Welfare aziendale

---



Tasso di utilizzo



Dipendenti coinvolti



Budget disponibile  
utilizzato



## 2.3 Benessere e sicurezza\_ Politiche nei Centri Commerciali

### BIO SAFETY CERTIFICATION



7 Centri Commerciali e la sede hanno ottenuto la certificazione utilizzando lo schema elaborato dall'ente di accreditamento RINA

Obiettivo 2024: certificare il 100% portafoglio Italia

### INTERVENTI SULLE STRUTTURE



#### PROGETTO «CUPOLINI» SUI COPERTI

Proseguita attività di monitoraggio e definiti interventi 2022



#### ANTISISMICA

Completati i lavori nella galleria del Centro Commerciale La Favorita di Mantova.



#### PREVENZIONE INCENDI

Completati gli interventi sui dispositivi antincendio

becoming  
**g.re.a.t.**

**e.**

ethical

### 3.3 Governance, etica e corruzione – Gli strumenti dell’etica d’impresa

---





## 3.1 Governance, etica e corruzione - riconoscimenti

---



**INTEGRATED  
GOVERNANCE  
INDEX**

IGD è stata inserita fra le top 5 aziende quotate extra prime 100 nell'Integrated Governance Index, strumento di analisi e valutazione predisposto da Etica News per valutare il grado di integrazione della sostenibilità nelle strategie aziendali.

 **GOVERNANCE  
QUALITYSCORE**  
HIGHEST RANKED BY ISS ESG

**1**

A partire dal mese di dicembre 2015 ISS (*Institutional Shareholder Services*) ha incluso IGD nell'ISS QuickScore coverage universe", uno strumento che misura il rischio sulla governance. Gli elementi presi in analisi sono: la struttura del Consiglio, la remunerazione, i diritti degli azionisti e gli audit. Nell'ultima review relativa all'anno 2021 IGD ha raggiunto una **valutazione del rischio pari a 1**, in una scala in cui al valore 1 è associato il rischio più basso, al 10 il più alto.

becoming  
**g.re.a.t.**

**a.**

attractive

## 4.1 Valorizzazione sostenibile del portafoglio\_ hub vaccinali

Per contribuire alla campagna vaccinale IGD ha deciso di individuare alcune aree all'interno delle proprie strutture e, tramite accordo con la sanità pubblica locale, dedicarle alla realizzazione di hub vaccinali.



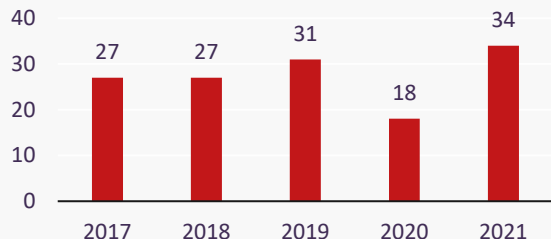
- 1.800 mq di superficie;
- Fino ad adesso hanno potuto vaccinarsi circa **150.000 persone**, con oltre 650 vaccinazioni medie giornaliere



- 900 mq di superficie;
- Complessivamente sono state **280.000** le persone vaccinate, con circa 1.600 vaccinazioni medie giornaliere.

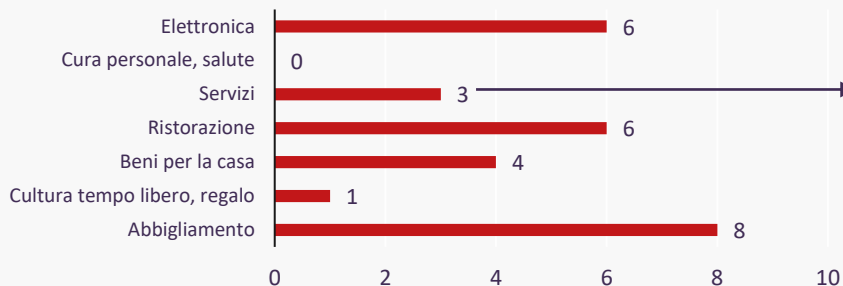
## 4.2 Offerta\_nuove insegne

### Nuove insegne introdotte (Italia)



**Peso nuovi operatori sul totale tenant presenti nel 2021**

### Nuove insegne per categoria merceologica (Italia)



**DYADEA**

**centro borgo**

## 4.3 Spazi da vivere\_Eventi

---

### Le 3 direttrici seguite nell'anno

1. **EXPERIENCE:** sviluppo di interventi in collaborazione con gli operatori delle Gallerie per offrire momenti di esperienza ai visitatori
2. **OMNISCANALITÀ:** incremento delle attività di drive to store, con eventi ed azioni che permettano al visitatore di vivere il Centro Commerciale on ed off line;
3. **LOYALTY:** iniziative di natura commerciale per gratificare i visitatori fidelizzandoli ed invogliandoli a tornare.

### I risultati del 2021

**€2.254.000** (vs €3,8 mn nel 2019)

Totale spesa dei Centri Commerciali per la realizzazione di eventi (esclusa comunicazione istituzionale)

**338** (vs 716 nel 2019)

Numero eventi complessivi realizzati, sul cui numero incide la difficoltà ad organizzare eventi aggregativi nei Centri Commerciali. Cresciuti eventi commerciali, con focus digitale

## 4.4 Innovazione\_Web\_Centri Commerciali\_le azioni svolte

Nel 2021 il Piano Digitale ha integrato i vari strumenti già in essere e ne ha predisposti altri. Alla base vi è la realizzazione del sistema di Customer Relationship Management, elemento di unione fra i vari strumenti messi a sistema.

SVILUPPATO IL SISTEMA DI **CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)**, COLLEGATO CON I TOUCHPOINT FISICI E DIGITALI (TOTEM PRESENTI IN GALLERIA, SISTEMA WI-FI, EVENTI, SITO INTERNET ED AREA PLUS), UTILIZZATO PER GESTIRE LA COMUNICAZIONE CON I VISITATORI



RINNOVATI I **SITI WEB**, rivisti nella grafica e nella struttura per migliorarne la user experience

**4.228.150**   **915.816**   **148.587**

VISUALIZZAZIONI  
2° SEMESTRE  
DELL'ANNO

UTENTI  
UNICI

VISITATORI  
CHE  
RITORNANO



Realizzata e lanciata l'**AREA RISERVATA PER I VISITATORI (AREA PLUS +)**, uno spazio esclusivo ed a loro dedicato all'interno dei siti web, con prodotti, contenuti, servizi, offerte ed occasioni di gaming



Utilizzati i **SOCIAL NETWORK (FACEBOOK ed INSTAGRAM)** per:

- Valorizzare i prodotti in vendita nel Centro Commerciale (attraverso programmi di *Influencer marketing*)
- Aumentare le occasioni di *drive to store* (con iniziative commerciali)

**FACEBOOK + INSTAGRAM FANBASE: +7,1% vs 2020**



Attivato e gestito **GOOGLE MY BUSINESS** per incrementare ulteriormente il dialogo con i visitatori

NOUVI STRUMENTI CREATI O UTILIZZATI PER LA PRIMA VOLTA NEL 2021

STRUMENTI RINNOVATI NEL 2021

STRUMENTI GIÀ IN USO PRIMA DEL 2021

becoming  
**g.re.a.t.**

**t.**

together

# 5.1 Stakeholder engagement attività svolta

---

## ISTITUZIONI FINANZIARIE

**50 INCONTRI CON LE BANCHE**

OBIETTIVO: valutare le possibilità per i prossimi rifinanziamenti.

## INVESTITORI

**89 INVESTITORI INCONTRATI (di cui 25 nuovi)**

OBIETTIVO: condividere la visione e le performance di IGD, con una crescente attenzione verso le **tematiche di sostenibilità**

## VISITATORI

**SURVEY CON 17.000 VISITATORI E NON + 5.000 STUDENTI**

OBIETTIVO: comprendere le aspettative nel periodo pandemico e post-pandemico attraverso specifiche indagini

## TENANT

**700 TENANT INCONTRATI**

OBIETTIVO: definire le **migliori condizioni** per la gestione del periodo pandemico e post pandemico e rispondere alla necessità di **modificare il merchandising mix** adeguandolo alle nuove esigenze



## 5.2 Comunità locali\_impatto

---

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

### SOCIO-AGGREGATIVO

Nonostante la difficoltà ad organizzare eventi in presenza, garantita la partnership con

**201** associazioni ed enti no profit

e supportati progetti locali per

**€155.000** - sponsorizzazioni

### OCCUPAZIONALE

**16.600** persone lavorano direttamente in Centri Commerciali IGD

**820** fornitori locali (45% del totale)

### COMMERCIALE

**40%** peso delle insegne locali sul totale insegne (in numero)

**10%** peso vendite operatori locali sul totale tenant sales IGD