

"FOTO DI GRUPPO" PER FONDAZIONE FIERA MILANO. PRESENTATO ALLA STAMPA IL PRIMO BILANCIO SOCIALE E IL CODICE ETICO

Il primo bilancio sociale di Fondazione Fiera Milano racconta il percorso di trasformazione del Gruppo e la volontà di riqualificare il sistema fieristico secondo logiche imprenditoriali e nello spirito dell'interesse pubblico.

Milano, 24 febbraio 2004 – Un'importante ricaduta economica, ambientale e sociale sul territorio e una metodologia innovativa di condivisione delle responsabilità tra pubblico e privato: sono questi i principali punti di attenzione che emergono dal **primo bilancio sociale di Fondazione Fiera Milano**, presentato oggi alla stampa dal presidente Luigi Roth.

Il bilancio sociale è una **fotografia** che racconta prevalentemente **in termini qualitativi** un periodo unico (gennaio 2001 - giugno 2003) per Fondazione Fiera Milano e per coloro che l'hanno accompagnata nel percorso. **Due anni e mezzo di attività** che ruotano, principalmente, intorno a un obiettivo concreto: **la trasformazione del sistema espositivo milanese** a favore di una crescita economica sia per il gruppo Fiera Milano, di cui Fondazione è alla guida, sia per l'economia dell'intero Paese.

Il bilancio sociale, inoltre, fotografa Fondazione Fiera Milano in termini **quantitativi**, di distribuzione di valore aggiunto ai propri stakeholder.

La dimensione più evidente del valore generato è quantificata attraverso il calcolo del valore aggiunto globale netto. Questa grandezza – pari alla somma algebrica tra valore della produzione, costi intermedi, saldi delle gestioni accessoria e straordinaria e ammortamenti – evidenzia la ricchezza creata dall'attività di impresa che l'azienda ridistribuisce su chi ha contribuito a generarla: risorse umane, pubblica amministrazione, finanziatori e azienda stessa.

Sul fronte della ricaduta economica sul territorio si stima che, con l'avvio dell'attività del Nuovo Polo fieristico, l'indotto arriverà a oltre 4 miliardi di euro (oggi sono 2 miliardi) attivando circa 42.000 posti di lavoro complessivi.

“Redigere un bilancio sociale, consuntivo di due anni e mezzo di impegno febbrile, era per tutti noi un dovere morale oltre che un momento di riflessione”, ha spiegato Roth. “Le nostre azioni non producono solo conseguenze all’interno del nostro Gruppo ma, come è ben chiaro, hanno un impatto sulla nostra comunità di riferimento e producono effetti diretti (ricadute economiche, attivazione di nuovi posti di lavoro) e indiretti, che coinvolgono e inducono all’azione anche altre entità (imprese, istituzioni locali e nazionali, sistema economico)”.

Con il suo impegno alla trasparenza, Fondazione Fiera Milano va a unirsi al contenuto numero di aziende che oggi, in Italia, hanno presentato il bilancio sociale. Insieme al bilancio sociale, viene presentato anche il **codice etico** di Fondazione Fiera Milano, che definisce le linee guida che devono ispirare il comportamento delle persone che operano al suo interno e per suo conto, e contribuisce alla diffusione della cultura dell’etica all’interno dell’azienda.

Il bilancio sociale – ha ribadito Roth - è certamente **un impegno oneroso per le aziende**, non soltanto in termini economici e di energie, ma **anche in termini di credibilità**, perché espone a una valutazione esterna i risultati conseguiti e l’impegno sugli obiettivi. Impone inoltre, all’interno dell’azienda, uno sforzo di verifica della coerenza della propria missione rispetto agli obiettivi raggiunti e ai valori di base che ne hanno mosso le azioni.

Per ulteriori informazioni:

Fondazione Fiera Milano - Comunicazione e Relazioni Esterne

Roberto De Giorgis 335.7243146

roberto.degiorgis@fondazionefieramilano.it

www.fondazionefieramilano.it