



Rapports 2017
Développement durable

Contenu

Rapport annuel

| | |
|----|-------------------------------|
| | L'activité |
| 01 | D'un coup d'œil |
| 08 | Commentaire |
| 11 | Développement de l'entreprise |
| 17 | Temps forts |
| 28 | Exhibitions |
| 39 | Venues |
| 45 | Live Marketing Solutions |

Gouvernance d'entreprise

| | |
|----|---------------------------|
| 52 | Remarques |
| 55 | Actionnariat |
| 58 | Groupe |
| 60 | Organisation & management |
| 64 | Structure de direction |
| 70 | Conseil d'administration |
| 76 | Executive Board |
| 79 | Personnel |
| 80 | Organe de révision |

Rapport financier

| | |
|-----|---------------------------------|
| | Comptes consolidés |
| 81 | Bilan |
| 83 | Compte de résultats |
| 85 | Tableau de financement |
| 87 | Fonds propres |
| 90 | Annexe |
| 117 | Rapport de l'organe de révision |

| | |
|-----|---------------------------------|
| | Comptes MCH Group SA |
| 123 | Bilan |
| 125 | Compte de résultats |
| 126 | Annexe |
| 129 | Rapport de l'organe de révision |

Rapport de rémunération

| | |
|-----|---------------------------------|
| 133 | Introduction |
| 135 | Principes généraux |
| 137 | Conseil d'administration |
| 140 | Executive Board |
| 144 | Rapport de l'organe de révision |

Développement durable

| | |
|-----|--------------------|
| 145 | Introduction |
| 147 | Déclaration du CEO |
| 150 | Objectifs |
| 153 | Rapport |
| 157 | Économie |
| 164 | Environnement |
| 173 | Société |

Introduction au développement durable

Les racines de MCH Group remontent à la «Foire suisse d'échantillons» créée à Bâle en 1916 et à la société coopérative Foire suisse d'échantillons de Bâle fondée en 1920 en tant que son organisme de tutelle. C'est aujourd'hui une entreprise internationale de premier plan dans le domaine du live marketing qui offre un réseau de services complet sur le marché des foires et de l'événementiel.

Les activités de MCH Group comprennent l'exploitation des sites d'exposition à Bâle, Lausanne et Zurich («Venues»), l'organisation d'environ 40 foires et salons en régie propre («Exhibitions») ainsi que des prestations de services individuelles dans les domaines de la stratégie et de la conception, du conseil en marketing, de la gestion événementielle, de la construction de structures pour foires et événements ainsi que du multimédia («Live Marketing Solutions»). En 2017, MCH Group a organisé ou hébergé près de 1'000 événements et réalisé plus de 2'800 projets dans le domaine des Live Marketing Solutions.



Giardina 2017

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

Le rapport de développement durable 2017 s'appuie, quant à sa structure et son contenu, sur les rapports de développement durable des quatre années précédentes. Il comporte – outre la déclaration du CEO et la description des objectifs et de l'établissement du rapport – les chapitres Économie, Environnement et Société, qui décrivent chacun des aspects essentiels. Le rapport de développement durable s'inscrit dans le contexte du rapport de gestion 2017 (rapport annuel, rapport financier, rapport de rémunération) auquel il fait référence à différents endroits.

Un rapport de développement durable conforme aux directives de la «Global Reporting Initiative» (GRI) a été établi de 2013 à 2016 (en dernier lieu en accord avec les lignes directrices G4 de la GRI, option «Core»). Cette année, MCH Group renonce à une certification GRI de son rapport de développement durable car l'effort technocratique nécessaire est devenu trop grand.

Le rapport de développement durable 2017 est publié uniquement en ligne. Aucun exemplaire imprimé n'est disponible.

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

Chiffres clés énergie et émissions:
Zusammenarbeit mit Maria Stoll, bsd Consulting, Zürich

Déclaration du CEO

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

Stratégie d'entreprise

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

« MCH Group est bien positionné stratégiquement et opérationnellement. La stratégie de diversification, d'internationalisation et de digitalisation sera poursuivie et intensifiée. »

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



René Kamm, Group CEO

«Partenariat public-privé»

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

« Les effets économiques dépendent de la réussite de l'entreprise. C'est pourquoi les corporations de droit public soutiennent les objectifs de réussite et de profit ainsi que la stratégie de MCH Group. »

La défense des intérêts de ces sites est assurée par la participation à 49 % des cantons de Bâle-Ville, Bâle-Campagne, Zurich et de la ville de Zurich dans la société holding ainsi que par la représentation des corporations de droit public dans son Conseil d'administration. Étant donné que les effets économiques dépendent du succès de l'entreprise, les corporations de droit public soutiennent les objectifs de réussite et de profit de l'entreprise. Elles approuvent la tenue de foires sur d'autres sites ainsi que le développement d'activités indépendantes d'un site et/ou d'une foire dans la mesure où ceux-ci contribuent au succès de l'entreprise et ne portent pas préjudice à ses propres sites.

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

Développement durable

L'activité d'entreprise de MCH Group a une valeur de durabilité élevée. Ses plateformes et solutions de marketing contribuent à la prospérité de nombreuses entreprises et de différentes branches. Les grands effets économiques qu'elles produisent profitent en fin de compte à la communauté sous la forme de recettes fiscales. L'exploitation des sites d'exposition et la tenue des manifestations sont cependant très intensives en ce qui concerne les aspects écologiques. C'est pourquoi une grande place est accordée à l'écologie dans le cadre du reporting de développement durable, car celle-ci est d'une importance particulière pour l'entourage.

« MCH Group a la volonté de promouvoir un comportement durable et d'améliorer en permanence les indicateurs de développement durable. »

MCH Group s'est développé ces dernières années d'une manière remarquable à bien des égards au sein du secteur national et international des foires et événements. Le développement durable est un facteur déterminant de cette réussite, laquelle implique des performances économiques, écologiques et sociales durables. MCH Group a la volonté de promouvoir un comportement durable dans tous les domaines et à tous les niveaux, d'améliorer en permanence les indicateurs de développement durable et de s'assurer une position de leader dans sa branche également en matière de développement durable.

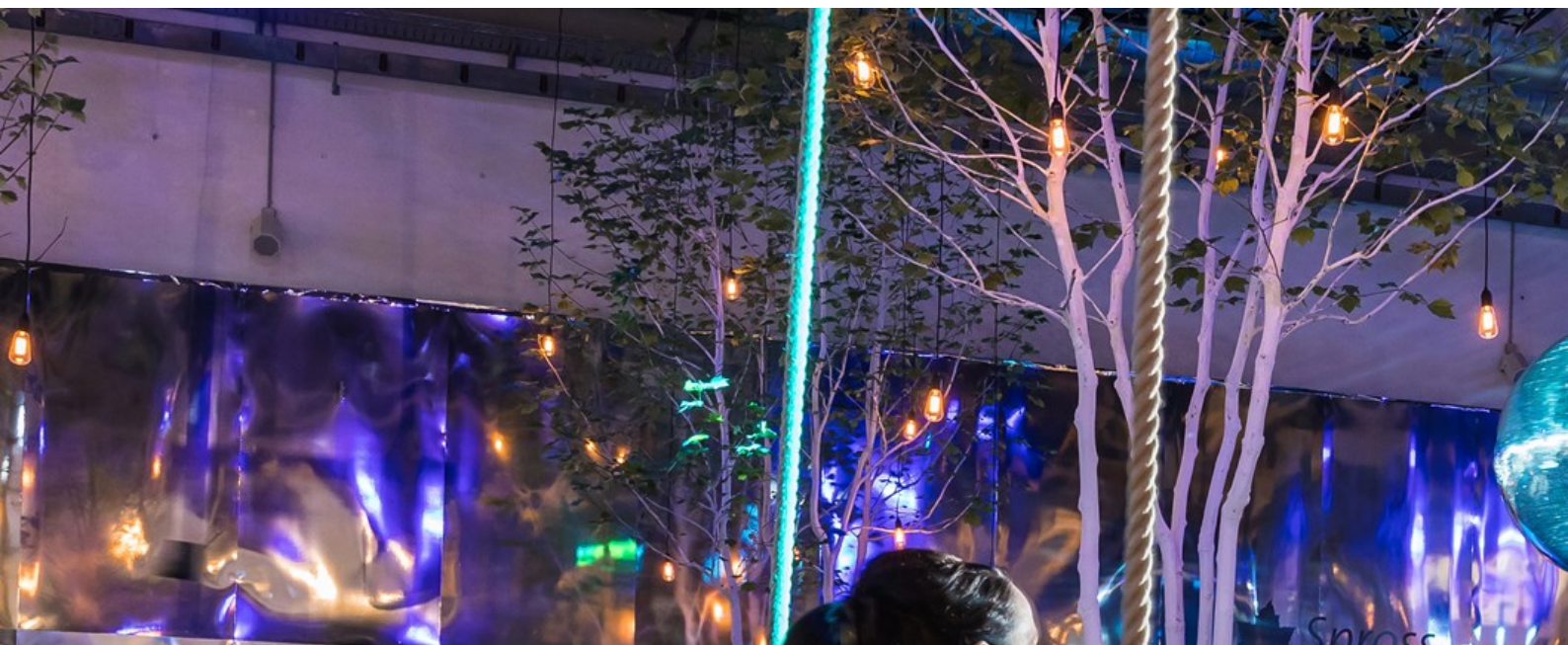
René Kamm
Group CEO

Objectifs

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

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

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



Giardina

Économie

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

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

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

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

Environnement

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

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

Société

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

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

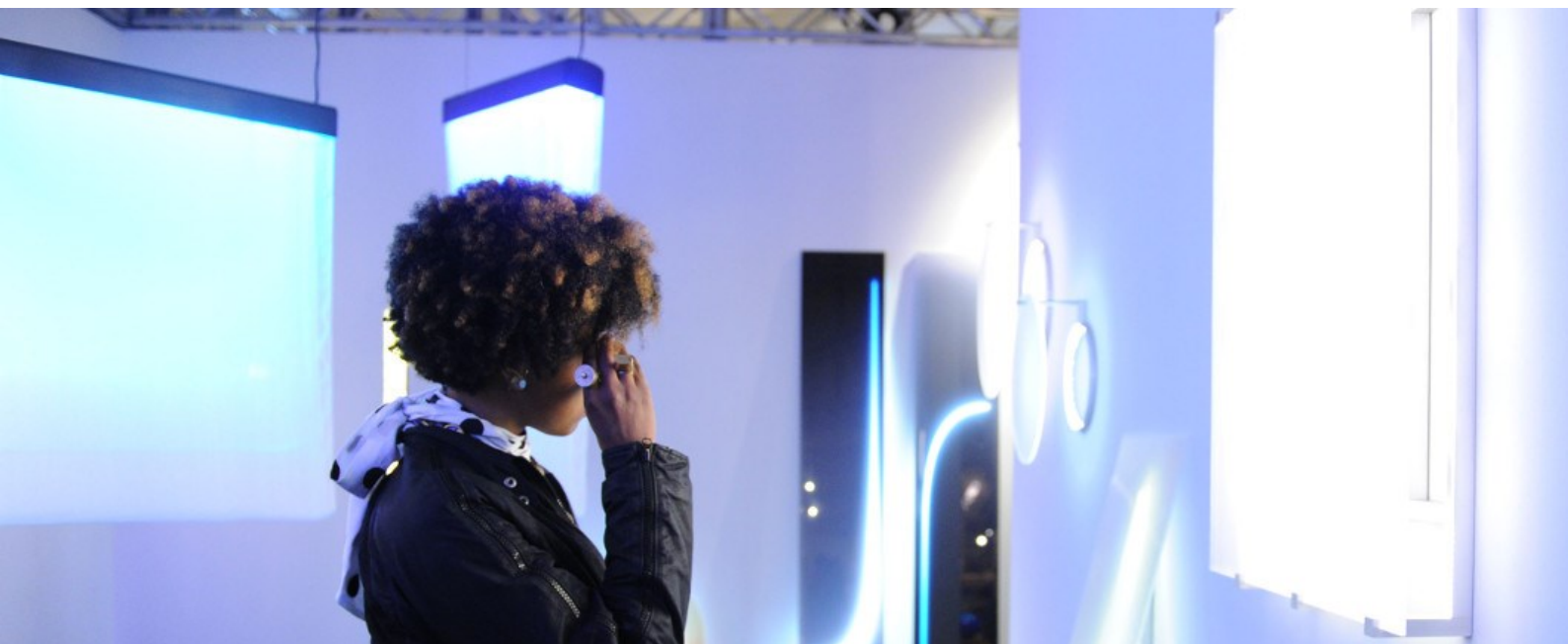
MCH Group détient environ 250 marques déposées dont il vérifie régulièrement et activement la protection. Il s'engage en outre, dans le cadre du Salon Mondial de l'Horlogerie et de la Bijouterie Baselworld, en faveur de la protection de la propriété intellectuelle et du commerce équitable. Il a, en collaboration avec de nombreux experts, développés les «Art Market Principles and Best Practices» – un «code de conduite» pour les clients d'Art Basel.

Établissement du rapport

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

Pour définir le contenu du rapport, MCH Group procède comme suit:

1. Définition des aspects: lors de la préparation du rapport, des représentantes et représentants des groupes de parties prenantes internes et externes sont impliqués dans la définition des aspects à traiter. Au premier plan figure la pertinence des aspects pour les groupes de parties prenantes.
2. Définition des priorités: les critères décisifs pour la définition de la priorité des thèmes sont l'importance de leurs effets économiques, écologiques et sociaux à l'intérieur et à l'extérieur de l'entreprise ainsi que leur influence sur les jugements et les décisions des parties prenantes.
3. Validation: les commentaires de tous les groupes de parties prenantes sont pris en compte dans la définition et la mise en œuvre du contenu du rapport. L'Executive Board et le Conseil d'administration de MCH Group SA approuvent le rapport de développement durable avant sa publication.
4. Vérification: après la publication du rapport, son contenu est vérifié par les groupes de parties prenantes impliqués et les résultats seront pris en compte dans la préparation du prochain rapport.



Art Basel Miami Beach

Étant donné que les groupes de parties prenantes témoignent notamment un grand intérêt pour le reporting sur la consommation d'énergie et les émissions ainsi que pour les indications sur la conduite de l'entreprise (gouvernance d'entreprise, code de conduite, conformité), un accent particulier est mis sur ces aspects dans le rapport de développement durable 2017.

Aspects du développement durable

Économie

Performance économique

Effets économiques indirects

Stratégie d'entreprise

Environnement

Consommation d'énergie

Émissions

Société

Emploi

Protection des marques

Protection de la propriété intellectuelle

«Art Market Principles and Best Practices»

Gouvernance d'entreprise

«Code of Conduct»

Lutte contre la corruption

Conformité

Parties prenantes et aspects essentiels

Clients

Organisateurs, exposants, visiteurs de foires et d'événements, clients des Live Marketing Solutions

Aspects

Performance économique, stratégie d'entreprise, protection des marques, protection de la propriété intellectuelle, «Art Market Principles and Best Practices»

Environnement

Hôtellerie et restauration, sociétés de transports publics, police, autorités et organisations politiques, associations économiques, touristiques, environnementales, voisins

Aspects

Effets économiques indirects, énergie, émissions

Sous-traitants

Construction et second œuvre, énergie, logistique, sécurité, fournisseurs de matériel, marketing & communication, aménagements, équipement techniques

Aspects

Performance économique, effets économiques indirects, gouvernance d'entreprise

Partenaires

Partenaires officiels de MCH Group (logistique, restauration, nettoyage, etc.)

Aspects

Performance économique, effets économiques indirects, gouvernance d'entreprise

Associations

Associations sectorielles des foires et événements (nationales, internationales)

Aspects

Performance économique, emploi, gouvernance d'entreprise

Actionnaires

Corporations de droit public et actionnaires privés

Aspects

Performance économique, stratégie d'entreprise, gouvernance d'entreprise

Médias

Médias quotidiens/hebdomadaires et spécialisés (presse, radio/TV, en ligne)

Aspects

Performance économique, stratégie d'entreprise, gouvernance d'entreprise

Concurrence

Secteur des foires et événements (national et international)

Aspects

Performance économique, stratégie d'entreprise, gouvernance d'entreprise

Personnel

Direction, collaborateurs, indépendants

Aspects

Performance économique, emploi, code de conduite

Économie

Si le chiffre d'affaires de MCH Group a augmenté au cours de l'exercice 2017 par rapport aux années précédentes, différentes mesures exceptionnelles ont entraîné une perte consolidée d'un niveau exceptionnel. Plusieurs initiatives stratégiques importantes ont été mises en œuvre et lancées l'année dernière. La stratégie de diversification, d'internationalisation et de digitalisation sera poursuivie et intensifiée.

Les activités de MCH Group comprennent l'exploitation des sites d'exposition à Bâle, Lausanne et Zurich («Venues»), l'organisation d'environ 40 foires et salons en régie propre («Exhibitions») ainsi que des prestations de services individuelles dans les domaines de la stratégie et de la conception, du conseil en marketing, de la gestion événementielle, de la construction de structures pour foires et événements ainsi que du multimédia («Live Marketing Solutions»). En 2017, MCH Group a organisé ou hébergé près de 1'000 événements et réalisé plus de 2'800 projets dans le domaine des Live Marketing Solutions.



Baselworld

Malgré une année faible en raison du cycle des foires et des reculs sur le marché national des foires et événements, le chiffre d'affaires a progressé de 12% à 493,3 millions de CHF durant l'exercice 2017 par rapport à l'année précédente. Le bénéfice consolidé résultant de l'activité ordinaire s'établit à 10 millions de CHF. Des mesures exceptionnelles – amortissements exceptionnels sur les halles d'exposition à Bâle et provisions exceptionnelles pour des optimisations structurelles dans l'activité foires et événements nationale – ont entraîné une perte de -110 millions de CHF. Ces mesures exceptionnelles sont supportables par l'entreprise en raison du renforcement de son bilan ces dernières années. Le bilan est solide et sain.

« MCH Group est fort et bien positionné. La stratégie d'entreprise est efficace, elle sera poursuivie et intensifiée. »

MCH Group a pris de bonne heure des mesures de diversification, d'internationalisation et de digitalisation de ses activités. Ces dernières années, le domaine des Live Marketing Solutions a été développé et sa position internationale considérablement renforcée, en particulier par l'acquisition de l'entreprise américaine MC2 pendant l'exercice 2017. Avec l'élargissement de la position internationale sur le marché de l'art par de nouvelles initiatives telle que «Art Basel Cities» et la participation dans ART DÜSSELDORF ainsi qu'avec le développement de la «Collector Events Strategy» par le lancement de Grand Basel et l'acquisition de Masterpiece London, d'autres initiatives porteuses d'avenir ont été engagées. MCH Group a opéré le 1er janvier 2018 un recentrage de sa structure d'organisation sur la mise en œuvre de la stratégie d'entreprise.

Détails sur l'exercice 2017

[Rapport annuel 2017](#)

[Rapport financier 2017](#)

Chiffres clés

| Compte de résultats consolidé en millions de CHF | 2017 | %/ recettes | 2017 avant mesures exceptionnelles | %/ recettes | 2016 | %/ recettes | 2015 | %/recettes |
|--|--------|-------------|------------------------------------|-------------|-------|-------------|-------|------------|
| Recettes d'exploitation | 493.3 | 100.0 | 493.3 | 100.0 | 440.3 | 100.0 | 418.9 | 100.0 |
| Exhibitions (Foires & Salons propres) | 294.9 | 59.8 | 294.9 | 59.8 | 332.9 | 75.6 | 296.5 | 70.8 |
| Venues (Manifestations de tiers) | 36.9 | 7.5 | 36.9 | 7.5 | 41.9 | 9.5 | 43.9 | 10.5 |
| Live Marketing Solutions | 161.5 | 32.7 | 161.5 | 32.7 | 65.5 | 14.9 | 78.5 | 18.7 |
| EBITDA | 43.8 | 8.9 | 61.5 | 12.5 | 89.0 | 20.2 | 85.3 | 20.4 |
| EBIT | -104.0 | -21.1 | 16.1 | 3.3 | 41.6 | 9.5 | 40.1 | 9.6 |
| Perte / bénéfice du groupe | -110.0 | -22.3 | 10.0 | 2.0 | 34.3 | 7.8 | 30.9 | 7.4 |

| Bilan consolidé en millions de CHF | 31.12.2017 | %/total du bilan | 31.12.2016 | %/total du bilan | 31.12.2015 | %/total du bilan |
|---------------------------------------|--------------|---------------------|--------------|---------------------|--------------|---------------------|
| Fonds de roulement | 259.9 | 37.8 | 356.9 | 39.0 | 322.0 | 35.2 |
| Immobilisations | 428.3 | 62.2 | 559.1 | 61.0 | 592.3 | 64.8 |
| Actifs | 688.2 | 100.0 | 916.0 | 100.0 | 914.3 | 100.0 |
| Capital étranger | 454.5 | 66.0 | 477.1 | 52.1 | 506.4 | 55.4 |
| Fonds propres | 233.7 | 34.0 | 438.9 | 47.9 | 407.9 | 44.6 |
| Passifs | 688.2 | 100.0 | 916.0 | 100.0 | 914.3 | 100.0 |
| Endettement net en millions de CHF | 2017 | | 2016 | | 2015 | |
| 31.12. | 130.7 | | 69.1 | | 91.9 | |

| 2017 | Nombre | Exposants | Visiteurs | SEB ¹⁾ | Durée ²⁾ |
|------------------------------------|------------|---------------|------------------|-------------------|---------------------|
| Exhibitions | 29 | 7 001 | 1 536 302 | 837 927 | 143 |
| Foire et salons en régie propre | | | | | |
| Messe Basel | 12 | 3 797 | 646 235 | 401 189 | 58 |
| Expo Beaulieu Lausanne | 5 | 1 266 | 235 879 | 103 731 | 31 |
| Messe Zürich | 7 | 1 216 | 321 188 | 111 035 | 32 |
| Miami Beach, Hong Kong | 5 | 722 | 333 000 | 221 972 | 22 |
| Venues | 941 | 13 265 | 2 260 657 | 1 079 563 | 550 |
| Toutes les manifestations | | | | | |
| Foire et salons | 75 | 12 650 | 1 670 765 | 1 052 402 | 256 |
| Messe Basel | 21 | 4 881 | 747 865 | 501 719 | 81 |
| Expo Beaulieu Lausanne | 19 | 2 094 | 313 187 | 190 040 | 70 |
| Messe Zürich | 35 | 5 675 | 609 713 | 360 643 | 105 |
| Locations de halles & événements | 29 | | 104 575 | | |
| Messe Basel | 9 | | 65 300 | | |
| Expo Beaulieu Lausanne | 7 | | 7 795 | | |
| Messe Zürich | 13 | | 31 480 | | |
| Congrès & locations de salles | 456 | 615 | 131 867 | 27 161 | 294 |
| Congress Center Basel | 164 | 615 | 128 087 | 27 161 | 294 |
| Salles de conférences Messe Zürich | 292 | | 3 780 | | |
| Théâtres | 381 | | 353 450 | | |
| Musical Theater Basel | 185 | | 177 050 | | |
| Theater 11 Zürich | 196 | | 176 400 | | |

1) Surface d'exposition brute en m²

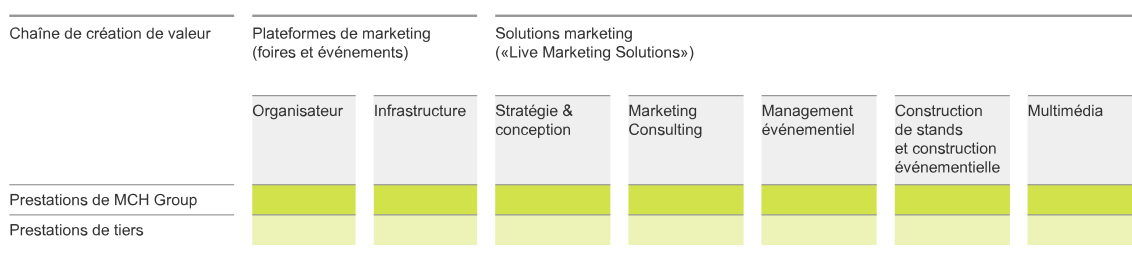
2) Jours de manifestation (sans montage/démontage)

| 2017 | Projets | en Suisse | à l'étranger |
|---------------------------------|--------------|--------------|--------------|
| Live Marketing Solutions | 2 803 | 1 054 | 1 749 |
| Stratégie & Conception | 4 | 0 | 4 |
| Marketing Consulting | 84 | 81 | 3 |
| Management Événementiel | 44 | 26 | 18 |
| Construction de Manifestations | 1 917 | 220 | 1 697 |
| Multimédias | 754 | 727 | 27 |

Chaîne de valeur

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

Chaîne de création de valeur et fourniture de prestations



MCH Group fournit, dans cette chaîne de valeur, un très large éventail de prestations qui peuvent être très diverses. Les prestations de MCH Group peuvent toujours être fournies également par des tiers et les clients ont le libre choix de leurs sous-traitants. Pour les foires et salons en régie propre sur ses propres sites, MCH Group fournit les prestations d'organisateur et d'exploitant de l'infrastructure, pour les foires et salons en régie propre sur d'autres sites seulement celles d'organisateur. Pour les foires et salons organisés par des tiers, la prestation de MCH Group se limite principalement à la mise à disposition de l'infrastructure.

Aussi bien pour les foires et salons en régie propre que pour ceux organisés par des tiers, MCH Group peut fournir en outre des solutions marketing individuelles aux entreprises exposantes, par exemple dans le domaine de la construction de stands et des aménagements. MCH Group fournit ses prestations dans le domaine des «Live Marketing Solutions» non seulement dans le secteur des foires, mais sur tout le marché du live marketing, c'est-à-dire également dans d'autres formes d'événements d'entreprise ainsi que dans les domaines de la culture et du sport.

Là où MCH Group est lui-même prestataire de services, le recours aux groupes de sous-traitants peut également fortement varier. Dans le domaine de l'infrastructure, par exemple, l'éventail des prestations de MCH Group se concentre en grande partie sur le facility management, les «facility services» sont en général fournis par des sous-traitants régionaux.

Effets économiques indirects

Les places de foires de Bâle (depuis 1917), Lausanne (depuis 1919) et Zurich (depuis 1945) sont ancrées historiquement et se sont développées au fil du temps, soutenues par l'engagement du public qui se manifeste entre autres par la participation des corporations locales dans MCH Group.

Les foires, congrès et événements génèrent de fortes retombées économiques directes et indirectes. Selon différentes études, les foires produisent une rentabilité indirecte huit à dix fois supérieure à leur propre chiffre d'affaires. Seulement environ 20 à 25% des dépenses auxquelles une entreprise exposante doit faire face dans le cadre d'une participation à une foire finissent dans la caisse de l'organisateur. 75 à 80% des dépenses profitent à différents sous-traitants et prestataires de services. C'est ce que montrent de nombreuses études sur les effets économiques de l'industrie des foires et salons.

En extrapolant les résultats de cette étude aux chiffres clés actuels de MCH Group, on arrive aux estimations suivantes: pour leur participation à une manifestation de MCH Group sur les sites de Bâle, Lausanne et Zurich, exposants et visiteurs dépensent chaque année environ 3 milliards de CHF. Ces dépenses bénéficient au secteur de la construction et du second œuvre (20%), au secteur de l'hôtellerie/restauration (30%), aux entreprises de transport (16%), au commerce de détail (6%) ainsi qu'à différents prestataires de services (28%). Ces effets initiaux génèrent directement et indirectement un chiffre d'affaires d'environ 6 milliards de CHF. La création de valeur associée correspond à environ 35'000 emplois et à des recettes fiscales d'environ 500 millions de CHF pour la Confédération, les cantons et les communes.

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

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

Stratégie d'entreprise

La stratégie d'entreprise de MCH Group poursuivie sans relâche depuis plus de dix ans est axée sur une croissance stable et saine. Elle tient compte des tendances à la baisse sur le marché national des foires et événements ainsi que des défis de la transformation digitale.

La stratégie de croissance de MCH Group se déploie principalement selon les axes stratégiques suivants:

_____ diversification de l'offre de produits et de services dans le domaine des plateformes de marketing (foires/salons et événements) et des solutions de marketing (Live Marketing Solutions).

_____ accroissement de la dimension internationale du portefeuille de produits et de services.

_____ développement d'offres digitales pour compléter et élargir l'activité de live marketing

MCH Group a mis en œuvre et lancé de nombreuses initiatives stratégiques en vue d'accroître la diversification, l'internationalisation et la digitalisation de ses activités au cours de l'exercice 2017 – de manière organique entre autres avec le lancement de Grand Basel, par des acquisitions avec la reprise du groupe américain MC² et la participation dans Masterpiece London et dans ART DÜSSELDORF.

La mise en œuvre de la stratégie sera, en priorité, poursuivie et intensifiée. Les principales initiatives stratégiques:

MCH Group veut renforcer sa position sur les marchés internationaux de collectionneurs haut de gamme avec de nouvelles plateformes B2C. La «Collector Events Strategy» s'appuie sur quatre piliers: Art Basel (avec de nouvelles initiatives comme «Art Basel Cities»), Grand Basel, un nouvel événement pour les chefs-d'œuvre de l'automobile (avec expansion aux États-Unis, en Asie et au Moyen-Orient), Masterpiece London (avec expansion aux États-Unis, en Asie et au Moyen-Orient) ainsi que l'extension du portefeuille de foires d'art régionales.

Sur le marché national des foires et salons, le portefeuille doit être axé sur une rentabilité stable et son assainissement doit être poursuivi. En même temps, de nouveaux thèmes doivent être abordés et de nouveaux formats créés, comme par exemple SmartSuisse lancé en 2017.

Concernant Baselworld, MCH Group veut mettre davantage l'accent sur les leaders du secteur qui représenteront, à l'avenir également, une grande partie du marché. Pour le long terme, des concepts basés sur le dénominateur commun des besoins des leaders du secteur seront développés.

Dans le domaine des Live Marketing Solutions, les compétences et l'offre de services seront davantage renforcées et étendues dans le domaine de la stratégie et de la conception durant l'exercice en cours, afin de pouvoir encore mieux anticiper les évolutions du marché et satisfaire les besoins des clients. La construction de «l'agence du futur» sera notamment soutenue par des optimisations structurelles et organisationnelles.

MCH Group continue à investir dans la digitalisation de ses activités. Les priorités sont le développement de nouvelles plateformes digitales pour les événements à destination des collectionneurs, la digitalisation du marketing visiteurs ainsi que des technologies de l'événementiel pour le transfert d'informations, le «matchmaking» et pour enrichir l'expérience par la «réalité augmentée».

Environnement

MCH Group investit en permanence dans l'optimisation des indicateurs écologiques, notamment dans ses bâtiments et installations, dans la logistique ainsi que dans la production des stands d'exposition et des aménagements. Il encourage un comportement respectueux de l'environnement des collaborateurs/trices au poste de travail et met à disposition les ressources nécessaires pour réduire au minimum l'impact sur l'environnement.

Tandis que MCH Group est propriétaire des centres de foires de Bâle et de Zurich, il exploite à Lausanne seulement une partie de Beaulieu Lausanne en tant que locataire. Le reporting concernant la consommation d'énergie et les émissions met par conséquent l'accent sur les centres de foires de Bâle et de Zurich qui, en tant que «sites de production», représentent la plus grande part de l'entreprise en ce qui concerne l'efficacité énergétique et les émissions et sont, à cet égard, d'une importance majeure pour l'environnement. L'accent est également mis sur l'entreprise de construction de stands Expomobilia dont la stratégie et les mesures de développement durable sont importantes pour de nombreux clients.



Installations photovoltaïques Messe Basel, Halle 1

Messe Basel et Messe Zürich

Installations photovoltaïques

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

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

« MCH Group investit en permanence dans l'optimisation de l'efficacité énergétique et la minimisation des émissions sur ses places de foires de Bâle et de Zurich. »

Certificat Minergie

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

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

Logistique

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

Gestion des déchets

La gestion des déchets lors des manifestations s'effectue selon le principe du pollueur payeur, une élimination sélective et méthodique des déchets étant assurée.

Trafic

MCH Group encourage lors de ses manifestations l'utilisation des moyens de transports publics en proposant différents tickets spéciaux en partenariat avec CFF RailAway et la Deutsche Bahn DB.

« Expomobilia conçoit et réalise des structures pour foires et événements ayant une longue durée de vie et un degré élevé de réutilisation. »

Construction de structures pour foires et événements – Expomobilia

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

Expomobilia exploite sur ses sites d'Effretikon et Fehraltorf deux installations photovoltaïques d'une surface totale de 3'000 mètres carrés, qui produisent en moyenne 435 MWh par an. Depuis 2014, Expomobilia couvre tous ses besoins en électricité avec du courant vert suisse, acheté auprès du spécialiste indépendant FAIR POWER. Le certificat FAIR POWER garantit que ce courant est produit de manière écologique et injecté dans le réseau pour Expomobilia. Le CO2 issu de la production d'énergie hydraulique est entièrement compensé via la Fair Recycling Foundation.

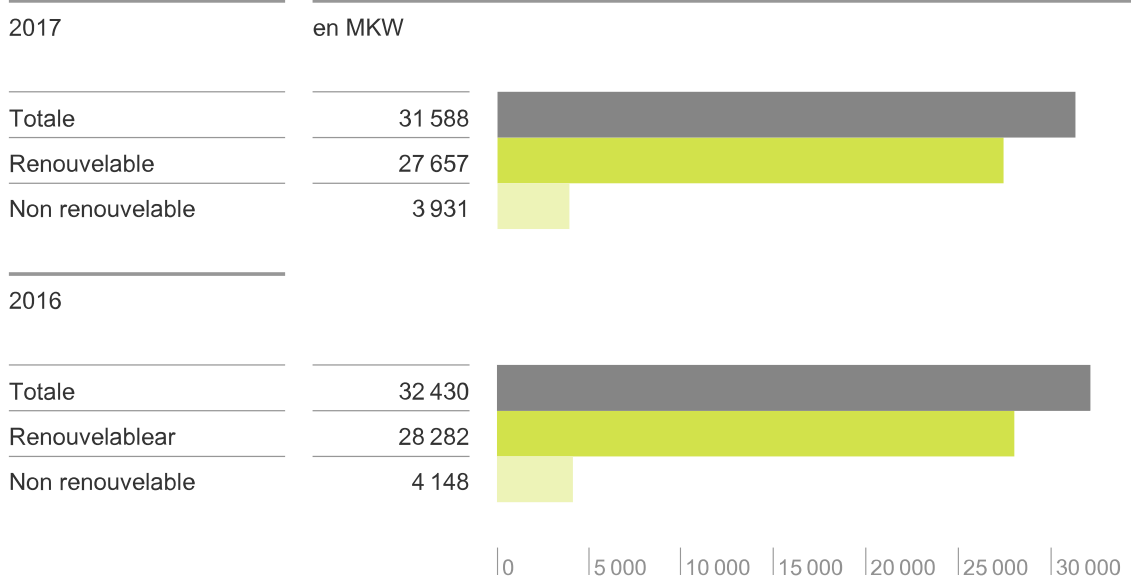
Pour chauffer ses bâtiments, Expomobilia utilise le réseau de chauffage à distance qui est exploité par les usines d'électricité du canton de Zurich.

Consommation d'énergie et émissions

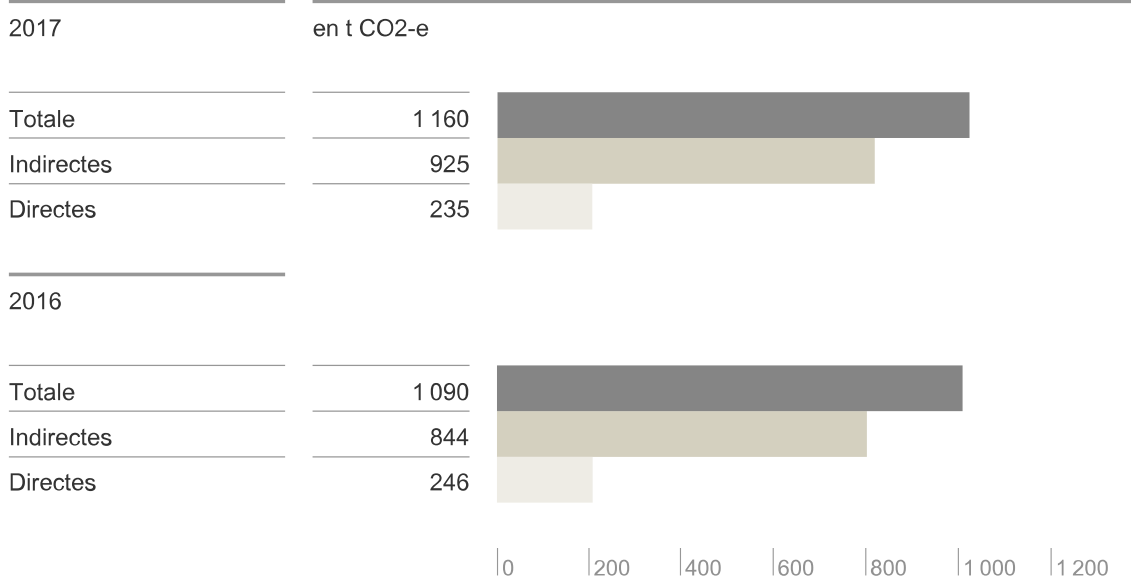
Messe Basel et Messe Zürich

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

Consommation d'énergie Messe Basel et Messe Zürich



Emissions Messe Basel et Messe Zürich



La consommation totale d'énergie de Messe Basel et Messe Zürich en 2017 a diminué de 2,6% par rapport à 2016 (2017: 31'588 MWh; 2016: 32'430 MWh). Tandis que la consommation d'énergie a augmenté à Zurich, le site d'exposition de Bâle a enregistré une diminution. Ces tendances reflètent les chiffres clés des manifestations sur les deux places de foires ces deux dernières années.

Les émissions ont augmenté en 2017 de 6,4% par rapport à 2016 (2017: 1'160 kg de CO2-e; 2016: 1'090 kg de CO2-e). Cela est principalement dû à un facteur d'émission plus élevé pour la chaleur à distance.

Étant donné que le mix électrique 2016 pour les sites de foires de Bâle et Zurich n'a été précisément connu qu'en février 2017, les émissions 2016 ont été ajustées rétroactivement par calcul.

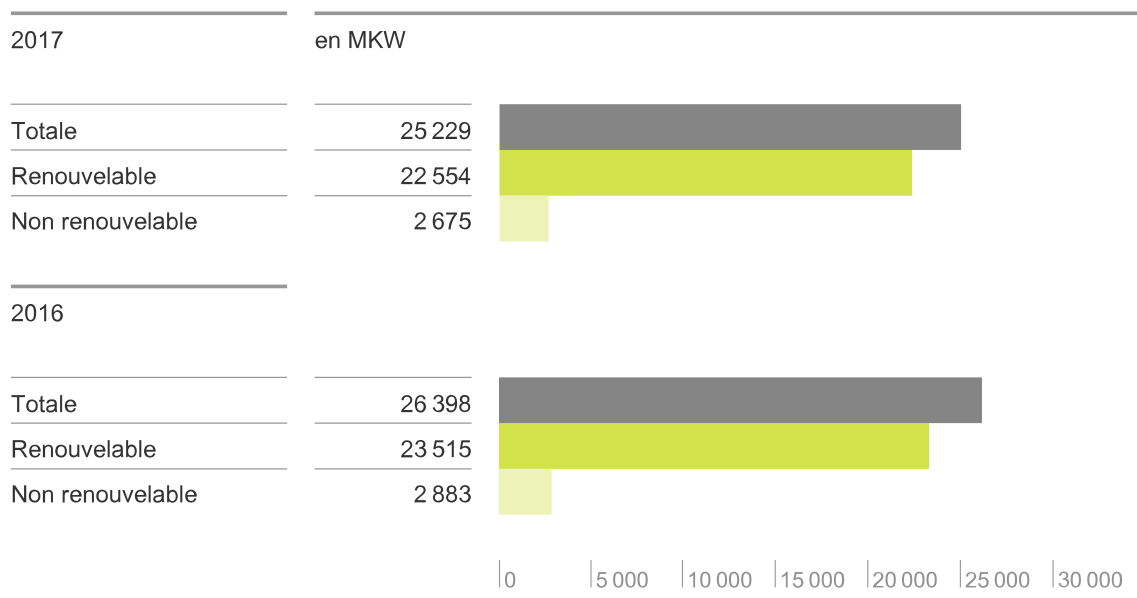
Messe Basel

Messe Basel a une surface d'exposition totale de 141'000 m², dont 122'000 m² dans les deux halles principales 1 et 2. Messe Basel comprend également le Congress Center Basel de 25 salles et de capacités pouvant atteindre 5'000 personnes ainsi que le Musical Theater Basel offrant 1'500 places assises. La partie nord de la Halle 1 a été mise en service en 1999, la partie sud en 2013. L'ensemble du complexe satisfait à des exigences élevées de fonctionnement et d'exploitation. La nouvelle construction mise en service en 2013 a obtenu le label Minergie BS-054.

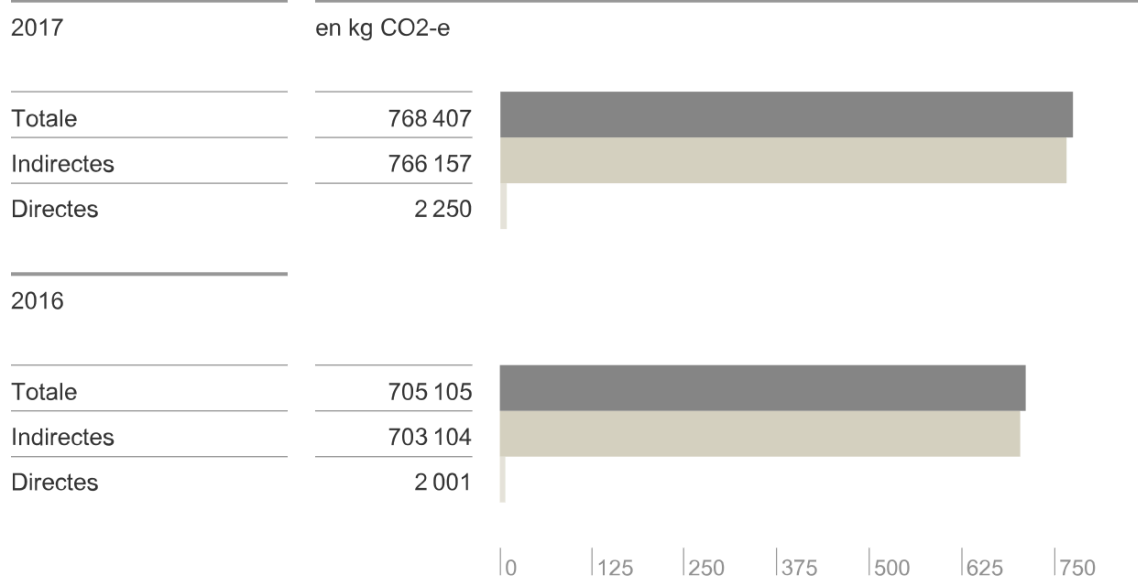
| Chiffres clés | 2017 | 2016 |
|--|---------|---------|
| Foires et salons | 21 | 25 |
| Exposants | 4 881 | 7 065 |
| Visiteurs | 747 865 | 877 722 |
| m ² de surface d'exposition | 501 719 | 668 623 |
| Autres manifestations | 358 | 354 |
| Visiteurs | 370 437 | 334 828 |

Énergie et émissions

Consommation d'énergie Messe Basel (sans administration)



Emissions Messe Basel (sans administration)



La consommation d'énergie a diminué en 2017 de 4,4% par rapport à 2016 (2017: 25'229 MWh; 2016: 26'398 MWh).

Les émissions ont augmenté en 2017 de 9% par rapport à 2016 (2017: 768'407 kg CO2-e; 2016: 705'105 kg CO2-e). Cela est principalement dû aux émissions indirectes, à savoir un facteur d'émission plus élevé (pour la chaleur à distance).

Étant donné que le mix électrique 2016 n'a été précisément connu qu'en février 2017, les émissions 2016 ont été ajustées rétroactivement par calcul.

Messe Zürich

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

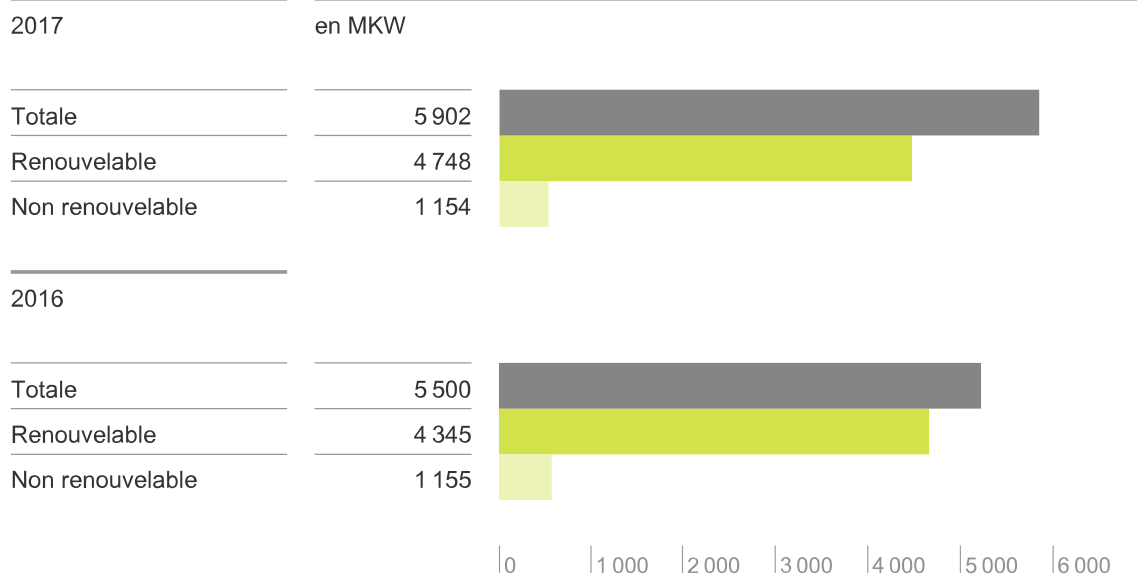
Le bâtiment principal d'exposition mis en service sous sa forme actuelle en 1998 se caractérise par sa grande fonctionnalité qui se reflète dans un taux d'occupation très élevé.

En 2016 et 2017, la Halle 9 a été mise à la disposition d'Asyl Organisation Zürich AOZ pour l'hébergement et l'accueil d'environ 250 réfugiés.

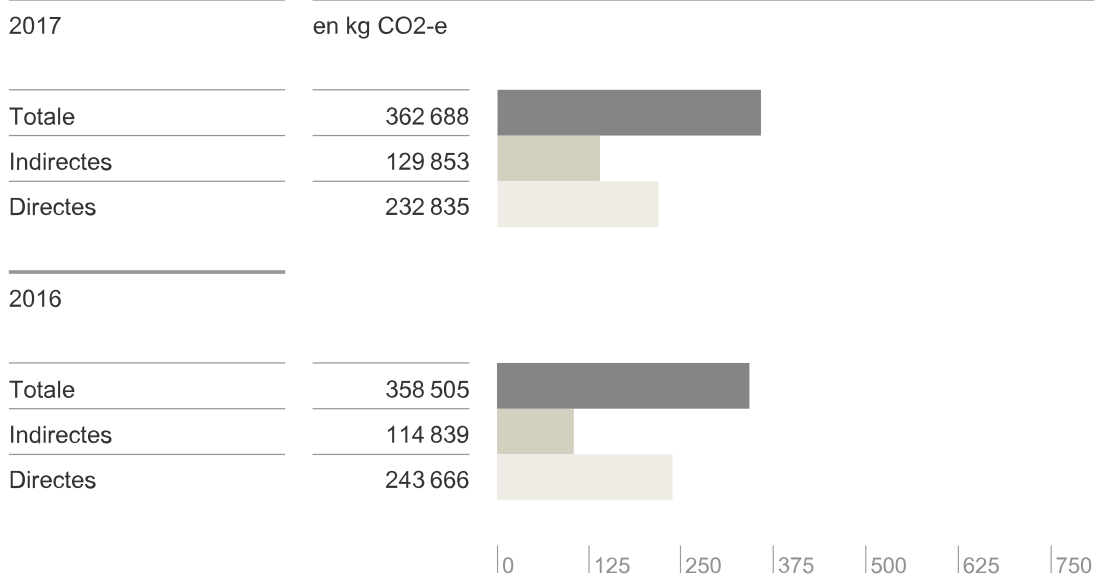
| Chiffres clés | 2017 | 2016 |
|--|---------|---------|
| Foires et salons | 35 | 30 |
| Exposants | 5 675 | 5 985 |
| Visiteurs | 609 713 | 586 634 |
| m ² de surface d'exposition | 360 643 | 346 469 |
| Autres manifestations | 501 | 456 |
| Visiteurs | 211 660 | 184 500 |

Énergie et émissions

Consommation d'énergie Messe Zürich



Emissions Messe Zürich



La consommation d'énergie a augmenté de 7,3% en 2017 (2017: 5'902 MWh; 2016: 5'500 MWh). La hausse concerne presque exclusivement la consommation d'énergie renouvelable. Les émissions ont augmenté de 1,2% en 2017 (2017: 362'688 kg CO₂-e; 2016: 358'505 kg CO₂-e).

Étant donné que le mix électrique 2016 n'a été précisément connu qu'en février 2017, les émissions 2016 ont été ajustées rétroactivement par calcul.

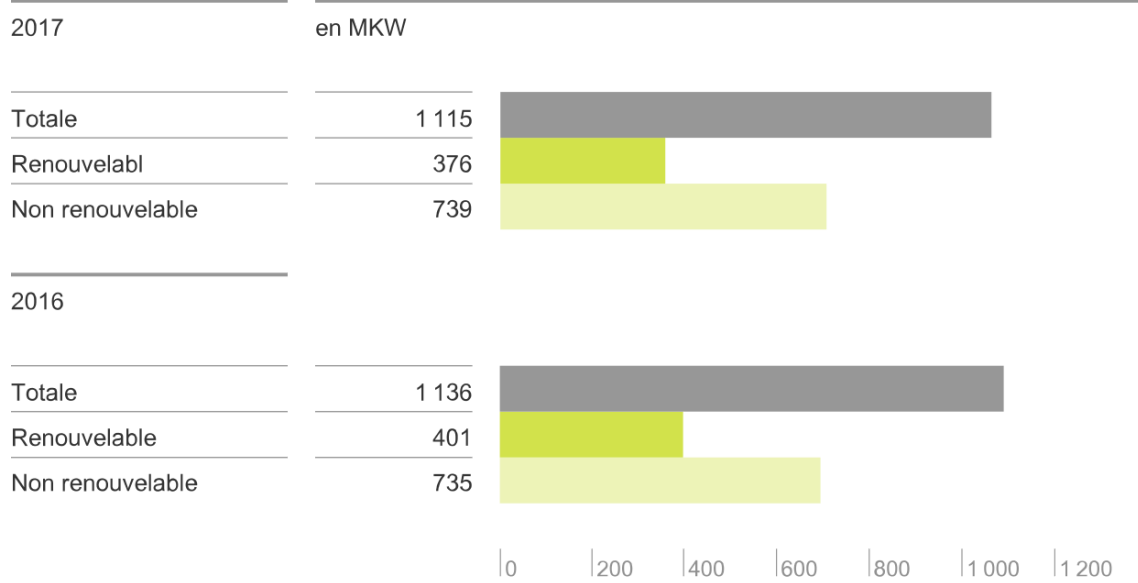
Expomobilia

Créée en Suisse en 1973, Expomobilia est spécialisée dans la construction de structures pour foires et événements – design, conception, production et montage. Les unités de production, de l'atelier graphique à la serrurerie, sont réunies sous un même toit et étroitement interconnectées.

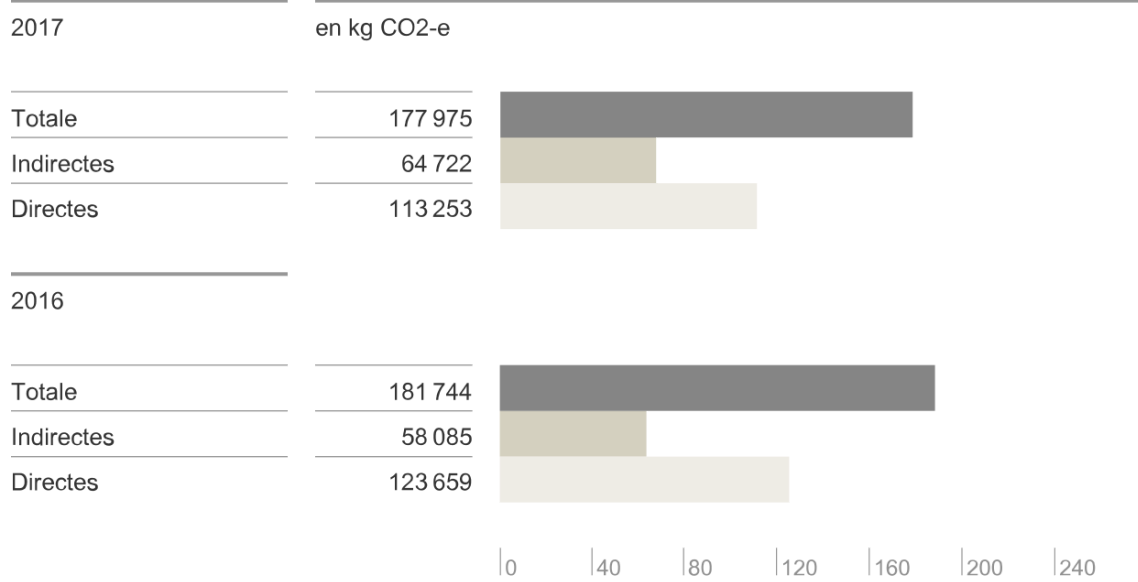
En 2017, Expomobilia a réalisé 307 projets (2016: 317) dont 220 (2016: 267) en Suisse. La plupart de ces projets couvraient toute la gamme de prestations, du design à la production et au montage.

Énergie et émissions

Consommation d'énergie Expomobilia



Emissions Expomobilia



La consommation d'énergie a augmenté de 1% en 2017 (2017: 1'115 MWh; 2016: 1'136 MWh). Les émissions ont diminué de 2% en 2017 (2017: 177'975 kg CO2-e; 2016: 181'744 kg CO2-e). La raison principale de ceci est la consommation d'énergie inférieure et les facteurs d'émission inférieurs.

Société

MCH Group est attaché aux valeurs fondamentales d'un état de droit démocratique et d'une économie de marché libre. Il considère comme allant de soi le respect des dispositions légales et l'application de pratiques commerciales sérieuses. MCH Group assume sa responsabilité envers la société et toutes les parties prenantes.

La proclamation de l'attachement aux sites et les retombées économiques de l'activité sont décrites aux chapitres Objectifs et Économie. MCH Group s'engage dans des institutions de promotion économique et des sites en les soutenant de manière active et transparente, par exemple en tant que membre ou partenaire pour des projets spécifiques.



Design Miami Basel

Emploi

MCH Group comptait à la fin de l'exercice 2017 1'003 collaboratrices et collaborateurs permanents ainsi que 1'192 employés en contrat à durée déterminée et intérimaires. L'effectif du groupe d'entreprises a donc augmenté de 371 collaborateurs permanents (58,7 %) dans l'année de référence.

Les indications ci-dessous incluent le personnel de toutes les sociétés qui appartiennent à 100% à MCH Group ou dans lesquelles il détient une participation majoritaire.

| Collaborateurs permanents/ sociétés | 31.12.2017 | | | 31.12.2016 | | |
|--|------------|--|--------------|------------|--|------------|
| | | | Total | | | Total |
| MCH Group SA | | | 24 | | | 25 |
| MCH Foire Suisse (Bâle) SA ¹⁾ | | | 341 | | | 320 |
| MCH Foire Suisse (Zurich) SA | | | 30 | | | 29 |
| MCH Beaulieu Lausanne SA | | | 34 | | | 34 |
| MCH Global SA | | | 5 | | | 3 |
| Reflection Marketing AG | | | 8 | | | 11 |
| Rufener Events Ltd | | | 29 | | | 27 |
| Expomobilia AG | | | 91 | | | 93 |
| MC2 Group ²⁾ | | | 364 | | | |
| Winkler Livecom AG | | | 77 | | | 90 |
| Total | | | 1 003 | | | 632 |

| Niveaux hiérarchiques/sexe | 31.12.2017 | | | 31.12.2016 | | |
|------------------------------------|------------|------------|--------------|------------|------------|------------|
| | Masculin | Féminin | Total | Masculin | Féminin | Total |
| Conseil d'administration MCH Group | 8 | 3 | 11 | 8 | 3 | 11 |
| Executive Board MCH Group | 5 | 0 | 5 | 5 | 0 | 5 |
| Directions des filiales | 19 | 2 | 21 | 17 | 6 | 23 |
| Cadres | 117 | 44 | 161 | 105 | 54 | 159 |
| Collaborateurs | 488 | 328 | 816 | 238 | 207 | 445 |
| Total ³⁾ | 637 | 377 | 1 014 | 373 | 270 | 643 |

| Nationalités/sexe | 31.12.2017 | | | 31.12.2016 | | |
|-------------------|------------|------------|--------------|------------|------------|------------|
| | Masculin | Féminin | Total | Masculin | Féminin | Total |
| Suisse | 260 | 174 | 434 | 269 | 176 | 445 |
| Allemagne | 74 | 37 | 111 | 53 | 33 | 86 |
| France | 11 | 12 | 23 | 10 | 9 | 19 |
| Italie | 5 | 4 | 9 | 3 | 4 | 7 |
| Autriche | 0 | 4 | 4 | 1 | 2 | 3 |
| Grande Bretagne | 4 | 10 | 14 | 0 | 0 | 0 |
| USA | 250 | 98 | 348 | 2 | 3 | 5 |
| Hong Kong | 0 | 12 | 12 | 2 | 16 | 18 |
| Chine | 1 | 3 | 4 | 0 | 3 | 3 |
| Inde | 6 | 7 | 13 | 7 | 5 | 12 |
| Autres | 18 | 13 | 31 | 16 | 18 | 34 |
| Total | 629 | 374 | 1 003 | 363 | 269 | 632 |

1) 2017 avec Masterpiece London Ltd

2) À partir du 2017

3) A compris Conseil d'administration MCH Group

Protection des marques

Les marques de MCH Group constituent une valeur importante de l'entreprise. La protection des marques assure une sécurité juridique et montre clairement que MCH Group détient la propriété intellectuelle de la marque correspondante et la protège.

À ce jour, quelque 250 marques verbales et figuratives de MCH Group sont déposées auprès de l'Institut Fédéral de la Propriété Intellectuelle (IPI) à Berne.

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

Protection de la propriété intellectuelle

MCH Group est membre de «Stop Piracy», la plateforme suisse de lutte contre la contrefaçon et la piraterie créée en 2005 par l'Institut Fédéral de la Propriété Intellectuelle.

Depuis plus de 30 ans, MCH Group œuvre, dans le cadre du Salon Mondial de l'Horlogerie et de la Bijouterie Baselworld, pour la protection de la propriété intellectuelle et soutient la lutte contre les imitations et les contrefaçons. À Baselworld, quiconque voit ses droits de propriété intellectuelle lésés par la présentation d'un objet au salon peut saisir le tribunal d'arbitrage interne au salon, aussi appelé Panel. Le tribunal d'arbitrage décide dans un délai d'un jour si les droits du design, des marques ou des œuvres protégées par le droit d'auteur sont lésés.

Le Salon Mondial de l'Horlogerie et de la Bijouterie Baselworld est supporter officiel du Responsible Jewellery Council (RJC). Le RJC s'engage pour des pratiques responsables dans l'industrie de la bijouterie – de l'extraction des métaux précieux au commerce de détail en passant par la transformation. Les plus de 700 entreprises certifiées RJC à ce jour garantissent le respect de principes éthiques, sociaux, écologiques et en matière de droits de l'homme.

«Art Market Principles and Best Practices»

Art Basel a étendu son règlement d'exposition et définit une série de principes qui expriment les attentes d'Art Basel vis-à-vis des exposants pour ce qui concerne leur responsabilité envers les clients, les fournisseurs d'œuvres d'art, les acheteurs et leur secteur. En même temps, un nouveau processus en cas d'actes potentiellement criminels a été défini.

Les «Art Market Principles and Best Practices» ont été élaborés en coopération avec des experts du droit et du marché de l'art du monde entier. Ils contiennent, d'une part, un guide des meilleures pratiques («Best Practice Guidelines») qui recommande aux exposants des normes professionnelles dont le respect constitue, pour le «Selection Committee», un critère lors de l'évaluation d'une candidature à la participation au salon. D'autre part, le «Legal Compliance Process» fixe la marche à suivre lorsque sont identifiés des actes criminels d'un exposant en rapport avec ses activités sur le marché de l'art.

Avec cette extension du règlement d'exposition, Art Basel veut contribuer au renforcement du marché international de l'art qui repose sur la confiance et soutient les artistes. Les «Art Market Principles and Best Practices» seront appliqués pour la première fois à l'occasion de la candidature à la participation à Art Basel Miami Beach 2018.

Gouvernance d'entreprise

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

MCH Group se distingue sur un point important de beaucoup d'autres entreprises cotées à la SIX Swiss Exchange: la société holding MCH Group SA cotée en bourse est, d'après ses statuts, une société par actions avec participation de corporations de droit public selon l'article 762 du Code suisse des obligations (CO). Cela signifie entre autres que le canton de Bâle-Ville, le canton de Bâle-Campagne, le canton de Zurich et la ville de Zurich ont le droit de déléguer des représentants au Conseil d'administration.

Détails sur la gouvernance d'entreprise:

[Rapport annuel / Gouvernance](#)

«Code of Conduct»

MCH Group introduit en 2018 un nouveau code de conduite («Code of Conduct») qui aide les collaboratrices et collaborateurs à adopter un comportement correct et responsable sur le plan juridique et éthique. Il précise ce que MCH Group attend, en tant qu'employeur, de ses collaboratrices et collaborateurs et sert de guide pour les décisions dans le quotidien professionnel.

Toutes les collaboratrices et tous les collaborateurs de MCH Group et tous ceux qui agissent au nom de MCH Group sont tenus de respecter le «Code of Conduct». Les violations du «Code of Conduct» font l'objet d'une enquête et peuvent avoir des conséquences, qui peuvent être des mesures disciplinaires ou la résiliation du contrat de travail, mais aussi une poursuite au civil ou au pénal de la personne concernée ou de l'employeur.

Le «Code of Conduct» décrit, en s'appuyant sur la charte et les principes de comportement, les valeurs et la culture de MCH Group. Il contient des directives concernant l'entourage, la corruption et les avantages indus, les cadeaux et invitations, les conflits d'intérêt, la passation de marchés, le droit de la concurrence et des cartels, les informations privilégiées et le délit d'initié, la protection des données et les rapports avec les collègues de travail. Il décrit en outre la marche à suivre en cas d'infractions présumées ou effectives.

Lutte contre la corruption

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

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

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

Conformité

Il n'y a pas eu en 2017 de soupçons qui auraient rendu nécessaire un examen des sites commerciaux et des pratiques commerciales en ce qui concerne des risques aggravés de corruption. Il n'y a eu aucun cas de corruption avéré.

Le respect de la loi sur les cartels et des dispositions de la Commission suisse de la concurrence (COMCO) est activement soutenu et assuré par le département Corporate Legal & Management Services. Aucune procédure pour comportement anticoncurrentiel ou formation de cartel ou de monopole n'a été engagée contre MCH Group en 2017.



MCH Group
Global Live Marketing

Rapports 2017

MCH Group SA
4005 Bâle, Suisse
T +41 58 200 20 20
info@mch-group.com
www.mch-group.com

Les rapports 2017 de MCH Group
sont publiés en allemand, en anglais
et en français. Seule la version
allemande fait foi. 20 mars 2018