

REPORT INTEGRATO 2014

REPORT INTEGRATO 2014

INDICE

• Lettera di Presentazione del Report	5
• Premessa metodologica	7
A. Panoramica dell'Organizzazione e Ambiente esterno	8
B. Governance	24
C. Modello di Business	30
D. Rischi e Opportunità	34
E. Strategia e allocazione delle risorse	36
F. Performance	40
G. Prospettive	62



LETTERA DI PRESENTAZIONE DEL REPORT

Chi mi conosce sa che mi definisco spesso un uomo di numeri: li considero da sempre fedeli alleati nel mio mestiere di imprenditore e mi supportano con successo nella presa di decisione.

Ma c'è una parte di me, quella delle radici familiari, che con altrettanta forza mi porta a prendere decisioni anche apparentemente incoerenti rispetto all'esclusiva lettura di dati economico-finanziari, perché ispirata a valori differenti, in particolare alla responsabilità dell'impresa nei confronti della collettività.

Contraddizione insanabile? Oggi posso dire di no.

Il percorso di reporting integrato, di cui questo Report rappresenta il primo risultato tangibile, mette infatti a sistema alcuni aspetti di vita aziendale fino ad oggi tra loro poco interconnessi, all'interno di un ragionamento strategico, che parla di creazione di valore bilanciato economico, sociale e ambientale nel breve, medio e lungo periodo come necessità e non semplice buona volontà o scelta personale dell'imprenditore.

Il risultato atteso di questo lavoro – durato più di un anno e che ha coinvolto in modo diretto tutti i manager di primo livello – è quello di posizionare con chiarezza Costa Edutainment come azienda capace di integrare nella propria strategia e nelle proprie azioni gli impatti economici con quelli sociali e ambientali.

Mi riferisco, in particolare, a quel concetto di impresa responsabile teorizzato da Marco Vitale, che per la famiglia e le imprese Costa è stato negli ultimi 40 anni e non a caso, fondamentale compagno di viaggio.

“Si definisce responsabile un'impresa che, al di là degli elementari obblighi di legge crede di dover rispondere alle autorità pubbliche e private ed all'opinione pubblica, in merito alle conseguenze in campo economico, sociale e ambientale delle sue attività.”

È un'esigenza che si sta facendo strada anche a livello europeo, come dimostra la recente normativa relativa alla “non-financial and diversity information” per le grandi imprese: oggi un'azienda che si posiziona sul mercato mettendo al centro della propria missione i principi di sostenibilità si fa portatrice di valori che vanno ben oltre il profitto e che hanno un impatto sulla collettività e sul territorio in cui opera.

Non mondi separati, dunque, l'economia, la finanza e la responsabilità sociale, nella strategia e nella gestione d'impresa, ma potenti alleati capaci di fare la differenza per lo sviluppo della società nel breve come nel lungo periodo.

La sfida è appena cominciata.

Beppe Costa

Presidente e Amministratore Delegato Costa Edutainment S.p.A.





PREMESSA METODOLOGICA

Il Report è stato predisposto in coerenza con l'International Framework dell'Integrated Reporting, diffuso nella sua forma definitiva nel mese di dicembre 2013 dall'International Integrated Reporting Council (IIRC).

Rappresenta inoltre un caso pilota di applicazione delle Linee Guida per la redazione del Business Reporting per le PMI elaborate dal Gruppo di Lavoro PMI del NIBR (Network Italiano per il Business Reporting).

La redazione del Report Integrato è il risultato di un percorso di reporting avviato in ottobre 2013, coordinato dalla responsabile Relazioni Esterne, con il supporto dei manager di primo livello che hanno fornito dati e informazioni e la collaborazione tecnica di Mixura.

Il perimetro di rendicontazione comprende le attività di Costa Edutainment S.p.A. e si riferisce all'anno fiscale 2014 (1° novembre 2013 - 31 ottobre 2014).

I dati riportati sono riferiti all'anno fiscale 2014 e comparati, ove possibile, con quelli relativi all'anno fiscale 2013.

Le principali fonti di dati e metodologie di calcolo utilizzate sono le seguenti:

- Dati e informazioni provenienti dai sistemi gestionali e contabili aziendali
- Il Bilancio di Esercizio 2014 approvato dall'Assemblea dei Soci del 9 marzo 2015
- Dati e informazioni provenienti dal Sistema di Gestione Integrato aziendale per la Qualità, l'Ambiente e la Sicurezza certificato ISO9001, ISO 14001 e OHSAS 18001.

Ulteriori fonti di informazioni sono citate all'interno del testo, in corrispondenza della presentazione del dato.

Va sottolineato come il momento di rendicontazione finale delle performance 2014 abbia evidenziato trasversalmente spazi di miglioramento in merito allo sviluppo di un processo di reporting integrato, capace di potenziare i tradizionali modelli di reportistica e renderli efficaci strumenti di supporto alla presa di decisione.

La prassi organizzativa ha visto fino ad oggi modelli di reportistica orientati, a seconda delle richieste di contesto, verso una semplice *compliance* formale ma raramente pensati per una comprensione univoca delle dinamiche non finanziarie utili alla definizione dell'agire aziendale.

Il percorso di Reporting Integrato si è dimostrato strumento capace di contribuire concretamente allo sviluppo dell'organizzazione e in particolare alla crescita di consapevolezza sulle reali potenzialità del contributo individuale alla costruzione di un efficace sistema di controllo "allargato" della gestione. Il 2015 servirà a monitorare i progressi in questa direzione attraverso l'individuazione di obiettivi specifici mirati alla crescita di tale consapevolezza.

A PANORAMICA DELL'ORGANIZZAZIONE E AMBIENTE ESTERNO

PANORAMICA DELL'ORGANIZZAZIONE E AMBIENTE ESTERNO

FOTOGRAFIA

L'interesse imprenditoriale della famiglia Costa per il settore della cultura e dell'educazione ha radici valoriali lontane che hanno trovato, a partire dal 1993, una prima occasione di sperimentazione sul campo attraverso la gestione dell'Acquario di Genova per ampliarsi successivamente fino ad oggi su scala nazionale e internazionale.

Il Gruppo Costa Edutainment è oggi il leader in Italia nella gestione di grandi strutture dedicate ad attività ricreative, culturali, didattiche, di studio e di ricerca scientifica, sia direttamente sia attraverso le proprie consociate.

L'attività della capogruppo Costa Edutainment si sviluppa principalmente a Genova, nella gestione dell'Acquario e di altre strutture presenti all'interno dell'area del Porto Antico (quali Galata Museo del Mare, Città dei Bambini e dei Ragazzi, Bigo, Dialogo nel Buio, Biosfera, Museo Nazionale dell'Antartide) presentate al pubblico sotto l'unico *brand* "Acquario Village". Costa Edutainment gestisce inoltre l'Acquario di Livorno.



ACQUARIO DI GENOVA



Costruito in occasione di Expo '92, per la celebrazione del quinto centenario della scoperta del Nuovo Mondo da parte di Cristoforo Colombo e gestito dal '93, è una struttura di eccezionale successo investita di un ruolo centrale per la città e per il mondo scolastico e scientifico. L'Acquario di Genova consta di 70 vasche che riproducono ambienti acquatici di tutto il mondo; ospita 600 diverse specie, ovvero 12.000 esemplari tra mammiferi, uccelli, rettili, anfibi, pesci, e invertebrati ed è l'Acquario che presenta la maggior varietà di ecosistemi in Europa. Con 1,2 milioni di visitatori all'anno, l'Acquario di Genova è la 6° realtà culturale italiana per affluenza. Dal 12 ottobre 1993 la struttura ha accolto oltre 25.000.000 visitatori. È da sempre impegnato attivamente per una corretta gestione delle risorse ambientali in particolare attraverso progetti sul consumo responsabile e sulla salvaguardia della biodiversità.

GALATA MUSEO DEL MARE E SOMMERSIBILE NAZARIO SAURO



Il "Galata Museo del Mare" è il più grande spazio in Italia dedicato al secolare rapporto tra l'uomo ed il mare. Si trova nell'area Porto Antico ed ha sede nell'antico Arsenale della Repubblica di Genova, edificio costruito nel XVI secolo "a misura di galea".

Da maggio 2010, il percorso museale si è arricchito del S 518 Nazario Sauro, il più grande sommergibile italiano e il primo ad essere visitabile in acqua.

Nel 2014 il Galata ha festeggiato il decennale di attività con una ricca serie di eventi speciali tra il 21 e il 31 luglio.

LA CITTÀ DEI BAMBINI E DEI RAGAZZI



La città dei bambini e dei ragazzi nasce nel '97 su iniziativa di Porto Antico S.p.A. e in diretta collaborazione con *La Cité des Enfants di La Villette* - Parigi, prima struttura interamente dedicata ai bambini realizzata in Europa.

La città dei bambini e dei ragazzi avvicina i bambini e i ragazzi alla scienza e alla tecnologia attraverso il gioco, con l'obiettivo di aiutarli ad imparare divertendosi.

BIGO



Costruito nel '92 da Renzo Piano in occasione delle manifestazioni volute dal capoluogo ligure per celebrare i 500 anni della scoperta dell'America da parte di Cristoforo Colombo, il caratteristico ascensore panoramico Bigo consente di guardare Genova da un'insolita prospettiva ammirando contemporaneamente il panorama della città arrampicata sulle colline circostanti e lo spettacolo del suo porto. Sale fino a circa 40 metri da terra e può trasportare 66 persone.

BIOSFERA



La Biosfera è una struttura di vetro e acciaio con un diametro di 20 metri che pesa complessivamente 60 tonnellate. Progettata da Renzo Piano, è stata realizzata e collocata nel Porto Antico in occasione del G8 di Genova del 2001 e donata alla città dalla famiglia Messina.

Da ottobre 2003 la Bolla ospita un insieme complesso di organismi tropicali animali e vegetali.

MUSEO DELL'ANTARTIDE



Istituito nel 1996, ha il compito di conservare, studiare e valorizzare i reperti acquisiti nel corso delle spedizioni italiane in Antartide e di promuovere la diffusione dei risultati dell'attività scientifica svolta dal 1985 grazie al Programma Nazionale di Ricerche in Antartide (PNRA).

DIALOGO NEL BUIO



Dialogo nel Buio è una mostra - percorso sensoriale dove i visitatori compiono un "viaggio" in totale assenza di luce che trasforma luoghi e gesti familiari in un'esperienza straordinaria. Fa parte del progetto internazionale "Dialogue in the dark" e a Genova è stato promosso dall'Istituto David Chiossone per ciechi e ipovedenti.

ACQUARIO DI LIVORNO



Riaperto al pubblico il 31 luglio 2010 dopo 11 anni di chiusura ed un lavoro di restauro effettuato da Opera Laboratori Fiorentini, è gestito da Costa Edutainment S.p.A..

La struttura unisce l'esposizione acquariologica, 32 vasche principalmente dedicate al Mediterraneo con 150 specie e un totale di circa 1600 animali, a uno spazio adibito ad ospitare mostre temporanee che si rinnovano periodicamente e che consentono un approfondimento sui temi dell'arte, della storia, della cultura e della scienza.



LA TIMELINE DI COSTA





Costa si aggiudica la gestione della **Biosfera**, disegnata da Renzo Piano

2001/
2004

2006



Acquario di Sardegna.

Firmato l'accordo con la Panaque Srl, per la gestione congiunta dell'**Acquario di Cala Gonone** in Sardegna. Costa perfeziona inoltre l'acquisizione di un **parco marino a Malta**

2010

2011/
2012



Nasce Costa Parchi con l'acquisizione di Oltremare e Aquafan a Riccione e l'integrazione con l'Acquario di Cattolica

2012/
2013

2013



Acquisizione di Italia in Miniatura (affitto ramo d'azienda)

2013

2014

Costa si arricchisce della **Città dei Bambini e dei Ragazzi** (sul modello della Cité des Enfants di Parigi) e di **Galata Museo del Mare**



Il Gruppo si espande ulteriormente con il **sommersibile Nazario Sauro** e il rinato **Acquario di Livorno**. Nel 2010 Costa acquisisce il 100% di **Parco Navi**, società che detiene l'**Acquario di Cattolica**



Costa Edutainment cede a Civita Cultura il 50% della propria quota di partecipazione in Incoming Liguria, nel corso del 2013 nasce "**C-way**"



Apertura del **nuovo Padiglione dei Cetacei**, progettato da Renzo Piano



LA FONDAZIONE ACQUARIO DI GENOVA ONLUS

La Fondazione Acquario di Genova Onlus nasce nel 2003, in occasione del compleanno dei dieci anni dell'Acquario di Genova, e si collega strettamente con la missione della struttura, da sempre impegnata a sensibilizzare ed educare il grande pubblico alla conservazione, alla gestione e all'uso responsabile degli ambienti acquatici attraverso la conoscenza e l'approfondimento delle specie animali e dei loro habitat. Sono fondatori il Comune e la Provincia di Genova, l'Università degli Studi di Genova e Costa Edutainment e la World Ocean Association i cui rappresentanti costituiscono il Consiglio di Amministrazione della Fondazione. La Regione Liguria ha attribuito il riconoscimento della personalità giuridica a livello regionale alla Fondazione.

Scopo della Fondazione Acquario di Genova Onlus, organizzazione no profit, è quello di tutelare e valorizzare l'ambiente, con particolare riferimento alla conservazione e alla gestione corretta degli ambienti acquatici attraverso attività di divulgazione e di educazione per la tutela e la valorizzazione dell'ambiente presso il grande pubblico, azioni di sensibilizzazione nei confronti delle Istituzioni e di enti pubblici e privati, progetti di ricerca scientifica applicata ed operazioni di salvaguardia attiva di ecosistemi acquatici minacciati in varie parti del mondo.

Tra i progetti della Fondazione Acquario di Genova Onlus per il 2014 ricordiamo in particolare:

“Oggi vado all'Acquario”: un accordo, firmato a marzo 2014, tra l'Istituto Giannina Gaslini, la Fondazione Acquario di Genova Onlus e l'Unitalsi per offrire un programma continuativo di visite guidate gratuite dedicate ai bambini in cura presso l'Ospedale Pediatrico. L'obiettivo dell'iniziativa è di poter offrire ai piccoli pazienti un momento di svago attraverso la conoscenza del mondo animale, la scoperta di ciò che si nasconde dietro le vasche e di tutte le curiosità

degli animali ospiti della struttura. L'iniziativa rientra in una collaborazione più ampia che vede l'unione dell'Istituto Giannina Gaslini e dell'Acquario di Genova con la prospettiva di poter sviluppare in un prossimo futuro una partnership dal punto di vista scientifico.

INTERCET: la Fondazione Acquario ha stipulato con le Regioni Liguria, Autonoma della Sardegna, Toscana, l'Office de l'Enviroment de la Corse, la Provincia di Livorno, un'intesa non onerosa che le ha affidato la gestione della piattaforma INTERCET. Scopo dell'intesa è di produrre una piattaforma web-GIS per l'aggregazione e l'analisi integrata di dati relativi alla presenza di cetacei e tartarughe marine nell'Alto Tirreno, denominata INTERCET, secondo le finalità della Direttiva 2008/56/CE Marine Strategy. È da prevedere uno sviluppo di questa attività estesa a tutto il Mediterraneo. Responsabile è il dott. Guido Gnone, che da molti anni collabora, fra l'altro, con il progetto Delfini Metropolitan.

ECOCREST © marchio fiduciario della Fondazione Acquario di Genova ONLUS che ha lo scopo di identificare materiali e prodotti che corrispondano a particolari requisiti di rispetto ambientale. Il marchio, il cui uso è esteso a tutti i Paesi del mondo, viene concesso dalla Fondazione Acquario di Genova ONLUS solo a materiali o prodotti di prevalente origine acquatica o che contribuiscano a migliorare gli ambienti acquatici o alla conservazione di specie ed ecosistemi particolarmente in pericolo. I prodotti devono provenire da produzioni che rispettino i criteri di un uso sostenibile delle risorse secondo il disciplinare del marchio, essere in regola con le eventuali leggi e norme in materia ambientale in vigore nel Paese di origine e con i principi dell'ILO/ONU sul lavoro minorile e possono anche includere accordi di commercio solidale nell'ambito di progetti eco-solidali.

NUMERO DI VISITATORI

2.200.000



RICAVI NETTI

€25.835.412



23,59% EBITDAR*

INDICE DI CUSTOMER
SATISFACTION
ACQUARIO DI GENOVA

7,51**



INDICE DI BIODIVERSITÀ

600 SPECIE VIVENTI
(400 ANIMALI E 200 VEGETALI)

CONSUMO TOTALE DI
ENERGIA ELETTRICA
ACQUARIO DI GENOVA



16.209.838_{KWH}

NUMERO DI DIPENDENTI

106



NUMERO DI
STRUTTURE GESTITE 8



INVESTIMENTI IN RICERCA
SCIENTIFICA, TECNOLOGICA E
CONSERVAZIONE AMBIENTALE

€ 490.497

* Margine operativo lordo prima degli affitti

**Quattro rilevazioni annuali Eurisko con scala da 4 a 8

MISSION, IDENTITÀ AZIENDALE E VALORI

La storia aziendale di Costa Edutainment intreccia le proprie radici valoriali con quelle imprenditoriali della famiglia Costa: un sistema di valori che ha accompagnato nel tempo la storia di impresa della famiglia, caratterizzandola.

Rispetto delle persone, trasparenza, collaborazione, solidarietà e orientamento al rischio sono i valori che ancora oggi, come un tempo, ispirano il fare impresa dei Costa.

« ... il percorso di una famiglia che, nel corso delle generazioni, ha cercato di **coniugare eticità e valore imprenditoriale** nella consapevolezza della responsabilità che un'impresa ha anche nei **confronti della società**. »



Questi valori ispirano una visione strategica che si traduce in tre principali linee di indirizzo:

- **Eccellenza nell'edutainment**
- **Valorizzazione armonica delle strutture**
- **Responsabilità dell'impresa verso la società e verso il territorio in cui opera.**

MISSION

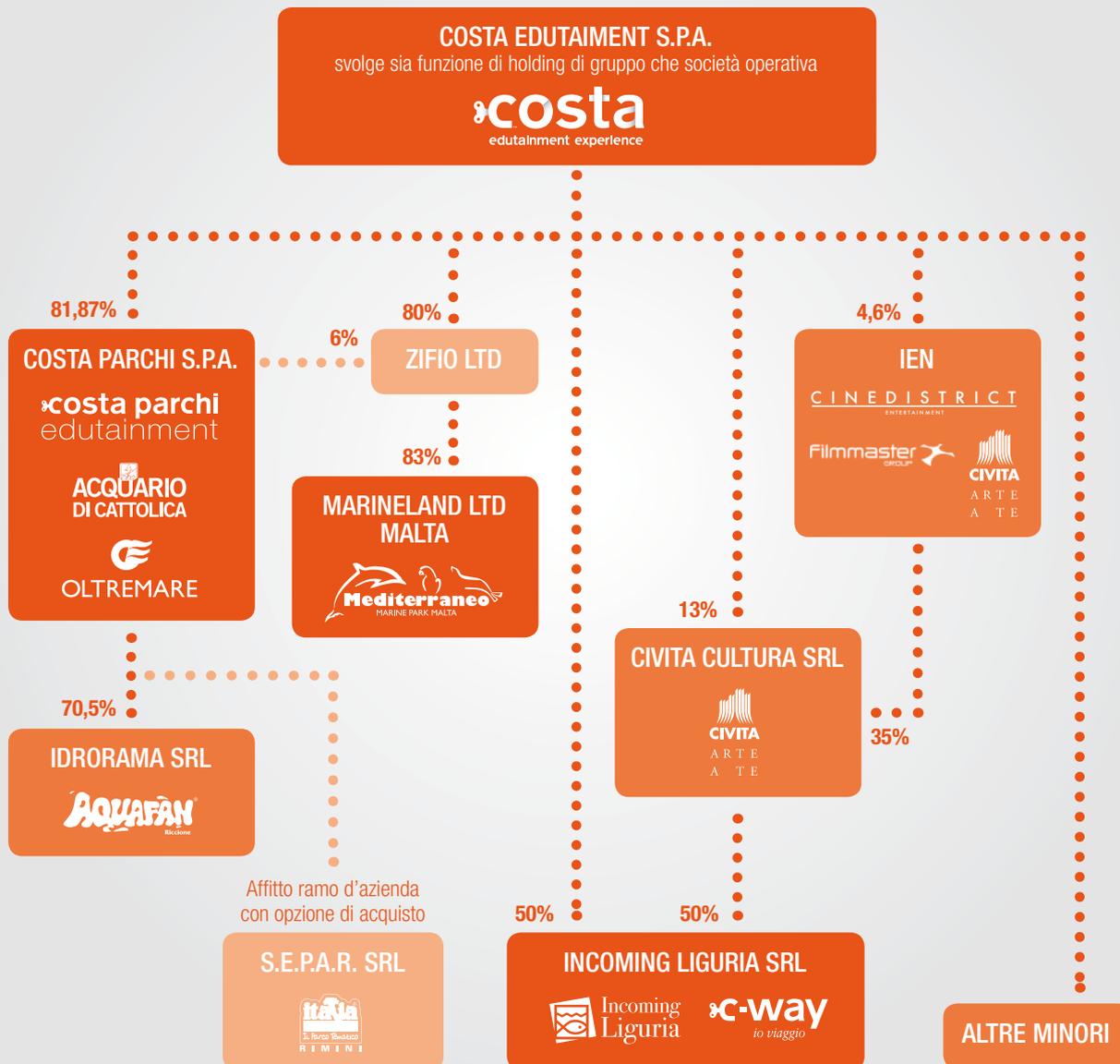
Divertiamoci Imparando

“Costa Edutainment ha la missione di rispondere alla crescente domanda di un uso qualitativo del tempo libero, coniugando cultura, educazione, emozione e divertimento in esperienze uniche e significative.”



ASSETTO SOCIETARIO DI GRUPPO

STRUTTURA SOCIETARIA



Fonte: Piano Industriale 2014-2018 PWC

Ad integrazione delle attività gestite direttamente dalla capogruppo, attraverso la controllata Costa Parchi, Costa Edutainment effettua poi un'attività di indirizzo strategico sulle attività dell'Acquario di Cattolica, di Oltremare e dell'Aquafan di Riccione e collabora alle attività commerciali e di comunicazione di Cala Gonone; attraverso la partecipata Incoming Liguria, sviluppa attività di *tour operating* a servizio prioritariamente delle proprie strutture e, più in generale, al territorio ligure. Inoltre attraverso la partecipata Zifio Ltd, società che gestisce il parco dei delfini a Malta, Costa Edutainment si propone di rafforzare il proprio posizionamento nel mercato dell'*edutainment* anche attraverso una presenza sui mercati esteri.

La società detiene infine una quota di partecipazione in Civita Cultura, che ha per oggetto sociale l'esercizio di attività e la realizzazione di iniziative volte a valorizzare i beni artistici e culturali in ambito cittadino, nazionale

e internazionale, anche mediante la gestione di musei, l'organizzazione di mostre ed ulteriori attività nel campo della promozione del patrimonio artistico.

Costa Edutainment S.p.A., dal mese di agosto 2014 partecipa con il 4,6% a IEN (Italian Entertainment Network) che a sua volta detiene il 35% di Civita Cultura, con l'obiettivo di contribuire a costruire un grande operatore internazionale nel settore dell'*entertainment* culturale.

PANORAMICA DEL SETTORE

Il mercato italiano dei Parchi Ricreativi si distingue per un'offerta frammentata, caratterizzata da circa 350 strutture prevalentemente di piccole dimensioni, di cui solo tre parchi superano il milione di visitatori, e da un richiamo per lo più locale.



PRINCIPALI PARCHI RICREATIVI IN ITALIA

LEGENDA

-  Meccanici-Tematici
-  Acquatici
-  Faunistici-Didattici

LIGURIA

-  Parco Acquatico Le Caravelle
-  Acquario di Genova (AquarioVillage)
-  Parco Nazionale delle Cinque Terre

PIEMONTE

-  Ondaland
-  Cupole
-  Acquajoy
-  Asti Lido 2000
-  Bolle Blu
-  Blu Paradise
-  Atlantis
-  Jolly Club
-  Bioparco Zoom Torino
-  Parco Safari delle Langhe
-  La Torbiera
-  Parco Della Villa P. Stresa
-  L'oasi degli animali
-  Safari Park

SARDEGNA

-  Sardegna in Miniatura
-  Mare Nostrum
-  Aquafantasy
-  Diverland
-  Blufan
-  Aquadream
-  Water Paradise
-  Dinosardo
-  Acquario Cala Gonone

SICILIA

-  Etnaland
-  Acqua Park
-  Acquapark
-  Europark
-  Scivolandia
-  Aretusa Park
-  Bioparco di Sicilia

LOMBARDIA

-  Leolandia
-  Luna Eur Park
-  Gardaland Waterpark
-  Aquaworld
-  Cupole Village M.
-  Lodisplash
-  Ondasplash
-  Acquasplash
-  Acquapark
-  Le vele
-  Aquaneva
-  Waterkand le Ninfe
-  Parco Prato Blu
-  Acquario Civico di Milano
-  Le Cornelle
-  P.Ittico Paradiso Z.B.Persico

VENETO

-  Gardaland Castelnuovo del Garda
-  Movieland Park - Canevaworld Lazise
-  Caneva Aquapark Lazise
-  Aqualandia Lido di Jesolo
-  Parco Cavour Valeggio sul Mincio
-  Aquafollie Caorle
-  Riovalli Cavaion Veronese
-  Padovaland Camin
-  Piscine Persicum Pescantina
-  Gardacqua Park Garda
-  Gardaland Sea Life
-  Sea Life Jesolo Lido di Jesolo
-  Parco Valcorba Pozzonovo
-  Parco Natura Viva Bussolengo

FRIULI-VENEZIA GIULIA

-  Aquasplash
-  Acquario P. Solimbergo
-  Acquario civico di Trieste
-  Parco dei Pappagalli
-  Parco Zoo Punta Verde

EMILIA ROMAGNA

-  Mirabilandia
-  Fiabilandia
-  Italia in Miniatura
-  Mirabilandia Beach
-  Aquafan Riccione
-  Atlantica
-  Acquajoss
-  Aquatica
-  Acquamania
-  Beach Village Riccione
-  Oltremare
-  Acquario di Cattolica
-  Safari Ravenna
-  Delfinario Rimini
-  Casa delle Farfalle cervia

MARCHE

-  Eldorado
-  Verde Azzurro
-  Parco Zoo Falconaraistioia

UMBRIA

-  Città della Domenica

TOSCANA

-  Cavallino Matto
-  Acqua Village (C)
-  Acqua Village (F)
-  Piccolo Mondo
-  Parco Amiata
-  Parco di Pinocchio
-  Acquario di Livorno
-  P.Zoo della Fauna E.
-  Giardino Zoologico di Pistoia

CAMPANIA

-  Aquarium Napoli
-  Magic World
-  Valle dell'Orso
-  Acquapark Free Time
-  Dittelandia Air
-  Aqua Farm (Sa)

LAZIO

-  Rainbow Magicland
-  Cinecittà World
-  Luner (riapertura '15)
-  Aquafelix
-  Aquapiper
-  Hydroimania
-  Miami Beach
-  Scivosplash
-  Splash Village
-  Haway Park
-  Bioparco Roma
-  Sea Life (costruzione)

ABRUZZO

-  Acquapark Ondablu
-  Aqualand del vasto
-  Safari Parco d'Abruzzo
-  Zoo La Rupe

PUGLIA

-  Miragica
-  Fasanolandia
-  Splash!
-  Acqua Park
-  Acquafantasy
-  AcquaSplash
-  Carrisiland
-  Zoosafari Fasano
-  Arkeogiochi

Il mercato comprende quattro principali tipologie di strutture: parchi acquatici, parchi meccanici/tematici, parchi faunistici/naturalistici e strutture espositive didattiche. Tra questi, i parchi acquatici e quelli

meccanici/tematici sono caratterizzati da una marginalità mediamente più alta. La concorrenza è prevalentemente su base locale/regionale, fatta eccezione per i parchi considerati "destinazione".

	DESCRIZIONE	TIPOLOGIA	PORTAFOGLIO COSTA	CONCORRENTI
PARCHI ACQUATICI	<p>Caratterizzati dalla presenza di molte piscine dove si concludono percorsi di acquascivolo e fiumi artificiali, che possono essere sia lenti che veloci; altra classica attrazione ovunque presente in un parco acquatico è la piscina a onde: ampia vasca col fondale inclinato che riproduce di fatto una baia marina con moto ondoso ricreato artificialmente</p>	Parchi Acquatici		   
PARCHI MECCANICI/TEMATICI	<p>Caratterizzati dalla presenza di:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Installazioni di giostre di tipo meccanico-tecnologico quindi permanenti e prevalentemente di grandi dimensioni • Riproduzioni di scenari e spettacoli caratterizzati da un "tema", cioè da uno o più soggetti che caratterizzano le ambientazioni e le attrazioni che costituiscono l'elemento intorno al quale si articolano la struttura e le attrazioni del parco 	Luna Park Montagne Russe Miniature Musei tematici		   
PARCHI FAUNISTICI/NATURALISTICI	<p>Caratterizzati dall'interazione uomo-mammifero attraverso percorsi didattici con focus edutainment ossia conciliando l'aspetto scientifico e educativo con quello di divertimento e intrattenimento, mediante acquari e spettacoli incentrati su animali marini (es. otarie, delfini) e non solo (es. rapaci)</p>	Acquari / delfinari Zoo/Bio-parchi Giardini botanici Riserve naturali Parchi avventura Miniere visitabili	      	  
STRUTTURE ESPOSITIVE/DIDATTICHE	<p>Caratterizzati dalla presenza di:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Installazioni/esposizioni più o meno permanenti afferenti a uno specifico tema/ambito (es. cinema, tecnologia, ecc.) 	Musei tematici Mostre permanenti Biblioteche per ragazzi Ludoteche	   	 

CONTESTO NAZIONALE E LOCALE

Anche il settore dei Parchi Ricreativi e Tematici risente della crisi globale che sta vivendo il nostro Paese. La crisi economica, il calo della spesa media per tempo libero e cultura e i flussi turistici "mordi e fuggi" tendono, a livello nazionale, a ridurre l'attrattiva del settore.

In particolare, negli anni 2009 – 2013, per quanto riguarda il contesto ligure, nel quale l'azienda ha la sua attività prevalente, si è registrato un calo del 1,8% sulla spesa delle

famiglie per tempo libero e gioco, una diminuzione delle presenze dell'1,3% associate ad un'offerta alberghiera caratterizzata da un limitato numero di strutture (circa 1500) e da un prezzo medio per notte più alto rispetto alla media nazionale (circa 106 euro a notte).

Segnali positivi, invece, sono rappresentati, sempre negli anni 2009-2013, da un incremento del 2,8% degli arrivi in Italia, che per la Liguria raggiunge lo 0,3% e da una crescita del turismo straniero in Liguria (+9,5% tra 2012 e 2013), storicamente più propenso alla spesa.

TREND	DESCRIZIONE
CRISI ECONOMICA	<ul style="list-style-type: none">• Calo della spesa media mensile delle famiglie in Italia del -0,9% (CAGR 09-13) in particolare per i beni non alimentari (-1,1%)• Incremento del tasso di disoccupazione relativo alla popolazione di età >15 anni di +4,1pp nel 2° trimestre del 2014 rispetto al 2009• Indice di produzione industriale in calo rispetto al 2010 (=100)
SPESA MEDIA PER TEMPO LIBERO E CULTURA	<ul style="list-style-type: none">• In calo la spesa media per tempo libero cultura e giochi delle famiglie italiane tra il 2009 e il 2013 del -1,5% (CAGR 09-13)• Calo della spesa delle famiglie liguri per tempo libero e gioco del -1,8% (CAGR 09-13)
FLUSSI TURISTICI	<ul style="list-style-type: none">• In Italia tra il 2009 e il 2013 gli arrivi sono cresciuti del 2,8% (CAGR 09-13) così come le presenze che per lo stesso periodo registrano un incremento dello 0,5% (CAGR 09-13)• La Liguria presenta un trend di incremento degli arrivi dello 0,3% e una diminuzione delle presenze pari a -1,3% con conseguente calo del pernottamento medio• In Italia il pernottamento medio è passato da 3,9 notti per arrivo nel 2009 a 3,6 notti nel 2013 con una maggiore tendenza a un "turismo mordi e fuggi"
RICETTIVITÀ ALBERGHIERA	<ul style="list-style-type: none">• Offerta alberghiera ligure caratterizzata da limitato numero di strutture (ca. 1.500) con prezzo medio per notte maggiore rispetto alla media nazionale (ca. €106 a notte)
SVILUPPO HOSPITALITY	<ul style="list-style-type: none">• Sviluppo da parte dei principali operatori di un'offerta integrata /diretta con servizi di Hospitality, con l'obiettivo di trasformare i parchi tematici in resorts turistici, per incoraggiare l'aumento dei gg medi di vacanza e aumentare la spesa media dei turisti nelle proprie strutture (eg. Mirabilandia, Gardaland)

Fonte: Piano Industriale 2014-2018 PWC

STAKEHOLDER

Il percorso di Reporting Integrato ha contribuito ad avviare una prima riflessione, con il coinvolgimento dei manager di primo livello, sul tema dell'individuazione degli *stakeholder* di Costa Edutainment.

Tale riflessione ha evidenziato quattordici macro-categorie di interlocutori aziendali: clienti, dipendenti, enti locali, azionisti e finanziatori, fornitori, sindacati, ambiente, animali, comunità scientifica, NGO e gruppi di pressione, cittadini e comunità locale, istituzioni nazionali e internazionali, *business partner* e *competitor* (o meglio *co-petitor*).

Tre le categorie di *stakeholder* che sono state evidenziate dai manager come particolarmente rilevanti e con le quali è importante che l'azienda avvii o potenzi i propri percorsi di ascolto e dialogo :

- Il Personale, inteso sia come dipendenti e collaboratori che come personale esterno che svolge servizi all'interno delle strutture
- I Clienti attuali e potenziali, all'interno dei quali particolare rilevanza riveste il mondo delle scuole, al quale l'azienda storicamente dedica percorsi specifici di didattica, spesso co-progettati con gli insegnanti stessi
- Gli Enti locali, ovvero l'espressione della "governance territoriale".

Si tratta dell'avvio di un percorso: obiettivo per il 2015 sarà quello di consolidare una mappatura degli *stakeholder* ispirata allo standard internazionale AA 1000 SES, nonché definire la *matrice di materialità*, che incrocia i bisogni degli *stakeholder* con le priorità aziendali, attraverso la quale impostare i futuri percorsi di ascolto e coinvolgimento.





B GOVERNANCE

GOVERNANCE

Il modello di *governance* dell'Azienda prevede una struttura gerarchica che coinvolge diversi attori e al cui vertice è posta l'Assemblea dei Soci: un Consiglio di Amministrazione, al quale viene affiancato un Collegio Sindacale e un Organismo di Vigilanza (ex D. Lgs. 231/01).

Il controllo contabile è demandato ad una primaria Società di Revisione esterna.



B



ASSEMBLEA DEI SOCI

L'Assemblea dei Soci è l'organo collegiale deliberativo interno della società, le cui competenze sono strettamente connesse alle decisioni più rilevanti della compagine societaria e nel quale si forma la volontà della stessa.

Attualmente l'89% della compagine societaria è di proprietà della famiglia Costa.

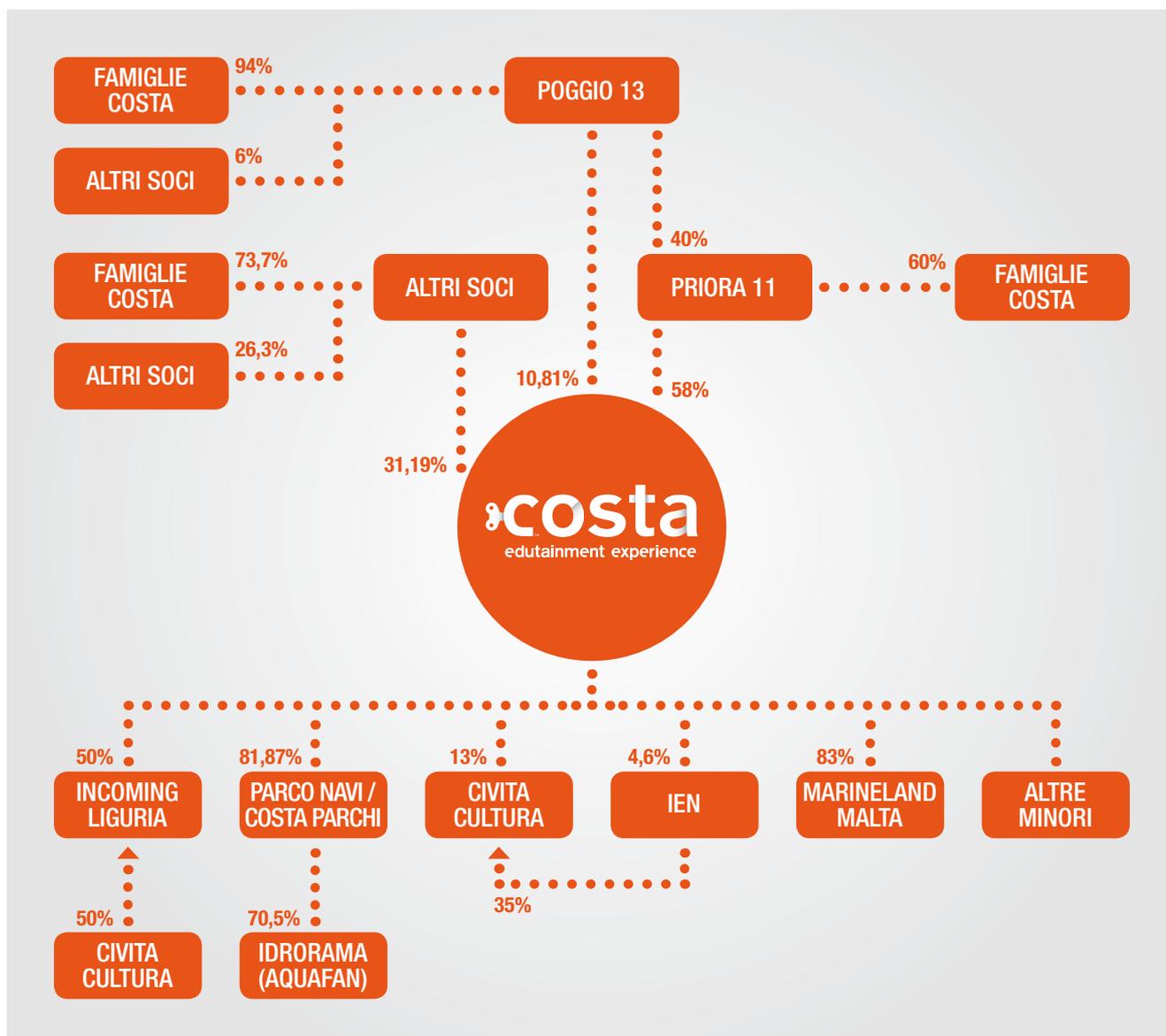
IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

L'amministrazione della Società è affidata ad un CdA che la esercita in conformità alla legge, allo Statuto e ad un Regolamento aziendale interno (ex D. Lgs. 231/01) secondo il principio collegiale maggioritario, ed è investito di tutti i poteri di ordinaria e straordinaria amministrazione, con l'eccezione di quelli riservati dalla legge ai soci.

Il CdA attualmente in carica è stato nominato nel 2012 e fino all'approvazione del Bilancio 2014, si compone di 9 membri:

- Dott. Giuseppe Costa (Presidente, Amministratore Delegato)
- Arch. Alfredo Campanini Bonomi
- Dott. Andrea Costa
- Ing. Giovanni Battista Costa
- Dott. Enrico Costa
- Dott. Nicola Costa
- Dott. Paolo Marsano
- Dott.ssa Maria Federici
- Dott. Mario Martini

Il CdA nel corso dell'esercizio 2014 si è riunito 11 volte, con un indice di presenza pari a 8,2 membri.



COLLEGIO SINDACALE

Il Collegio Sindacale, eletto dall'Assemblea dei Soci, vigila sull'osservanza della legge e dello Statuto Sociale, sul rispetto dei principi di corretta amministrazione, con particolare attenzione verso l'adeguatezza dell'assetto organizzativo, amministrativo e contabile adottato dalla Società e sul suo concreto funzionamento, oltre a possedere funzioni di controllo sulla gestione.

Il collegio è composto da tre membri effettivi e due supplenti nominati dall'Assemblea del 2012, che resteranno in carica fino all'approvazione del Bilancio 2014.

- Dott. Mario Pacciani, Presidente Collegio Sindacale
- Dott. Massimo Bolgè, Sindaco Effettivo
- Dott. Pietro Pongiglione, Sindaco Effettivo
- Dott. Luca Agostini, Sindaco Supplente
- Dott. Andrea Pacciani, Sindaco Supplente

SOCIETÀ DI REVISIONE

Il controllo contabile è effettuato ai sensi di legge da una società di revisione ed organizzazione contabile iscritta all'Albo Speciale delle Società di Revisione autorizzate dalla Consob ai sensi del D.Lgs. 24 febbraio 1998, n.58.

L'Assemblea dei Soci ha affidato l'incarico alla società di revisione Baker Tilly Revisa S.p.A..

Baker Tilly Revisa S.p.A. è iscritta al Registro dei Revisori Contabili istituito con D.Lgs. del 27 gennaio 1992, e presta i propri servizi a gruppi industriali privati e pubblici, italiani ed internazionali, società finanziarie, casse edili, operatori di *private equity*, aziende di servizi, cooperative, banche ed intermediari finanziari. Aderisce inoltre ad Assirevi, la maggior associazione di società di revisione italiane.

MODELLO 231 E ORGANISMO DI VIGILANZA

La scelta di Costa Edutainment di dotarsi di un Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo conforme al D.Lgs. 231/01 in merito alla Responsabilità Amministrativa degli Enti, si inserisce nella più ampia politica di responsabilità dell'impresa stessa che si concretizza attraverso iniziative di sensibilizzazione rivolte ai principali *stakeholder* aziendali (personale, collaboratori esterni, partner commerciali, fornitori) ad operare in maniera trasparente e corretta, nel rispetto delle norme giuridiche vigenti e dei fondamentali principi di etica degli affari.

Il Modello, che si sostanzia nella costruzione di un sistema strutturato e organico di procedure e attività di controllo, è volto quindi a prevenire la commissione delle

diverse tipologie di reati contemplate dal Decreto ed è stato approvato dal CdA di Costa Edutainment nel 2009.



Coerentemente al D.Lgs. 231/01, Costa Edutainment si è dotata di un Organismo di Vigilanza, a cui è affidato il compito di vigilare:

- sull'osservanza del Modello da parte degli organi sociali, dei dipendenti e, nei limiti previsti da parte dei consulenti, dei fornitori, dei partner e delle società di service
- sull'efficacia e sull'adeguatezza del Modello, nella prevenzione dei reati, in relazione alla struttura aziendale
- sull'opportunità di aggiornamento del Modello, laddove si riscontrino esigenze di adeguamento dello stesso in relazione a mutate condizioni aziendali, normative e/o socio-ambientali, sollecitando a tal fine gli organi competenti, conformemente a quanto previsto nel Modello stesso.

L'Odv di Costa Edutainment è un organo collegiale, nominato dal CdA su base triennale e dotato di autonomi poteri d'iniziativa e controllo, formato da tre membri rispondenti ai criteri di autonomia, indipendenza, professionalità e continuità d'azione:

- Dott. Paolo Marsano, membro del CdA
- Dott.ssa Federica Mantero, internal auditor di Costa Edutainment
- Avv. Andrea Dal Negro, legale esterno.

CODICE ETICO

Costa Edutainment ha sottoscritto un Codice Etico (approvato dal CdA il 22 dicembre 2009 e in linea con quanto previsto dal D.Lgs. 231/01) che costituisce parte integrante del "Modello di organizzazione, gestione e controllo" e che rappresenta un insieme di principi positivi e di regole di comportamento che l'organizzazione ha scelto volontariamente di adottare e rendere pubblici come concreta esplicitazione dei suoi propositi verso i propri *stakeholder*.

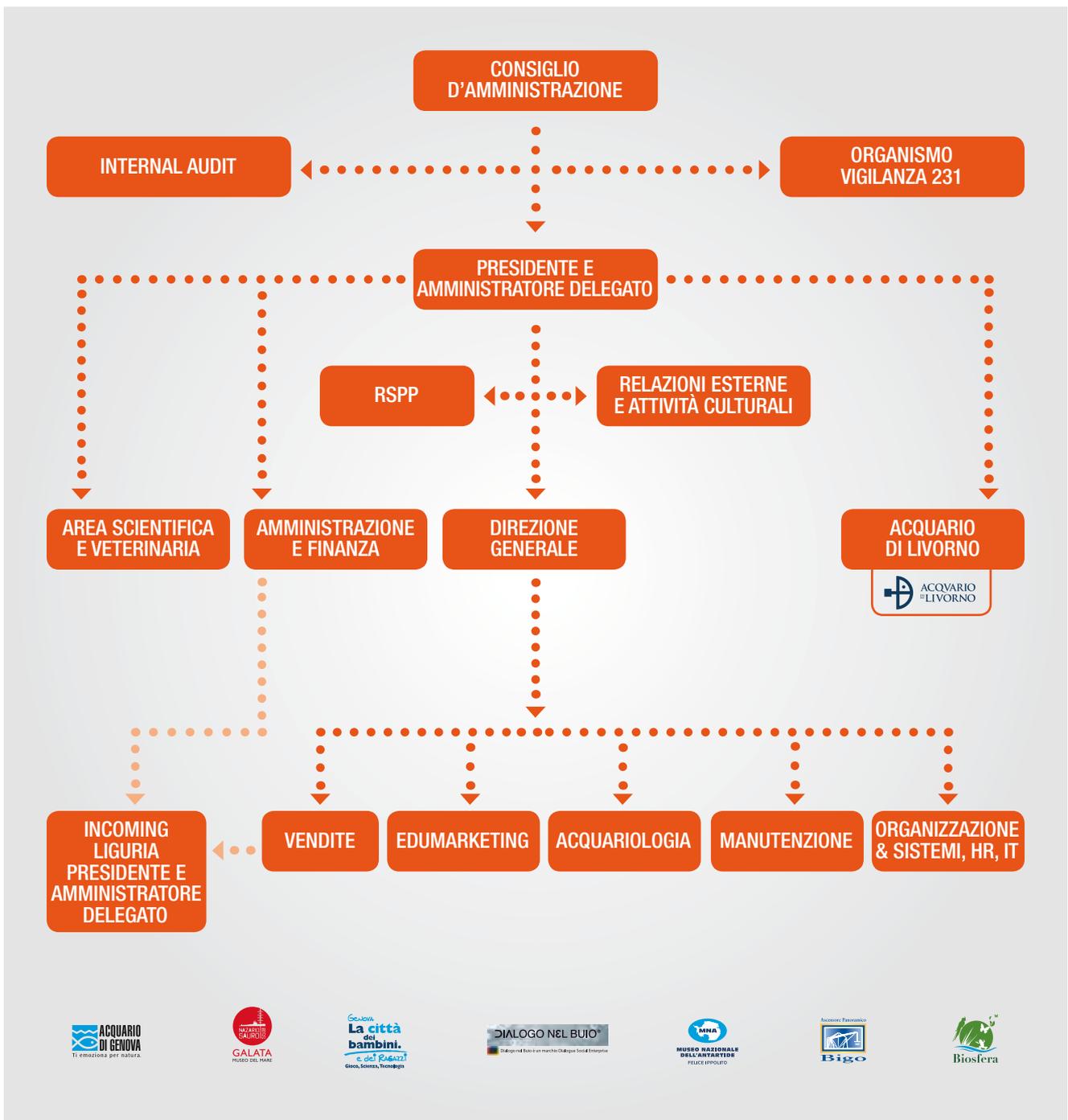
L'obiettivo è far sì che all'efficienza e alla serietà dell'azienda si accompagni anche una condotta etica.

ORGANIGRAMMA COSTA EDUTAINMENT

Il modello organizzativo di Costa Edutainment si caratterizza per il posizionamento dell'Area Amministrativo-Finanziaria e di quella Scientifico-Veterinaria, oltre che del Direttore Generale, *in line* all'Amministratore Delegato (nonché Presidente) dal quale dipende gerarchicamente anche l'intera struttura dell'Acquario di Livorno, l'unica geograficamente delocalizzata rispetto alle sette strutture dell'area

genovese. Tra gli organi di staff all'Amministratore Delegato troviamo inoltre le "Relazioni Esterne e Attività Culturali" e il "Servizio di Prevenzione e Protezione".

Sotto il diretto presidio della Direzione Generale vi sono i settori "Acquariologico", "Organizzazione e Sistemi, HR e IT", "Vendite", "EduMarketing" e "Manutenzione". Attualmente la responsabilità dell'Area "Organizzazione e Sistemi, HR e IT" è affidata *ad interim* al Direttore Generale.



Organigramma semplificato estratto dall'organigramma generale di Costa Edutainment S.p.A. del 21/05/2014

SISTEMA DI GESTIONE AZIENDALE

L'Alta Direzione di Costa Edutainment adotta un Sistema di Gestione Aziendale conforme alla normativa internazionale, con l'obiettivo, innanzitutto, di dotarsi di uno strumento organizzativo e gestionale di supporto alla *governance* dell'impresa.

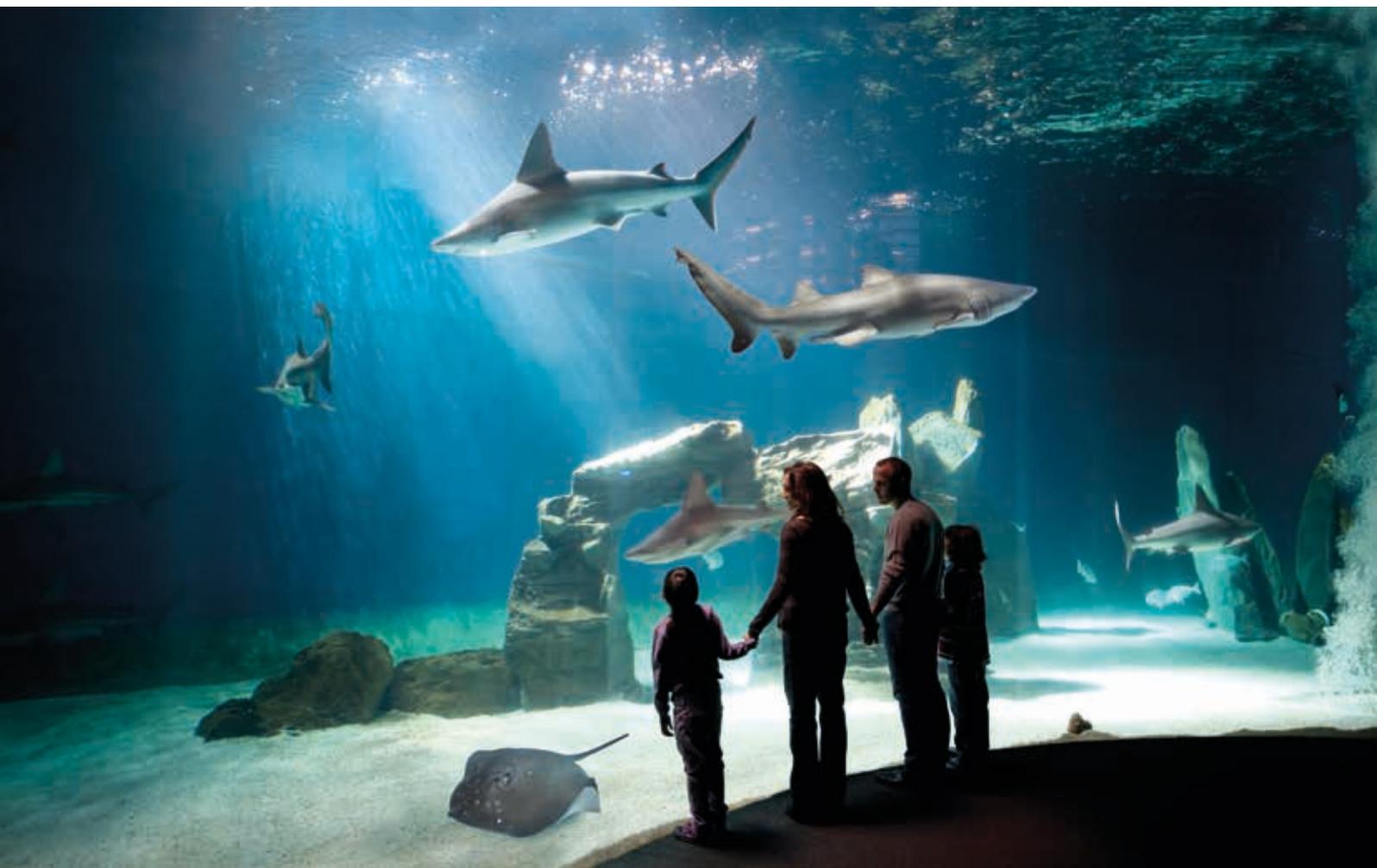
Il percorso di costruzione del Sistema di Gestione, che inizialmente ha riguardato più specificamente l'Acquario di Genova, ha portato nel 2003 ad ottenere la Certificazione del Sistema di Gestione Ambientale del proprio sito, la certificazione del Sistema di Gestione della Qualità conseguita nel mese di dicembre 2006 ed estesa da luglio 2010 a tutte le strutture gestite da Costa Edutainment e la certificazione del Sistema di Gestione della Sicurezza, ottenuta a dicembre 2008.

«Costa Edutainment S.p.A. da anni adotta e fa evolvere in modo continuativo un Sistema di Gestione Aziendale conforme alle norme internazionali UNI EN ISO 9001, UNI EN ISO 14001 e OHSAS 18001. Alla base della scelta vi è l'intenzione da parte dell'Alta Direzione di orientare la Politica Aziendale ad un miglioramento continuo delle performance qualitative, ambientali e di sicurezza all'interno del perseguimento di obiettivi qualitativi coerenti con la propria missione...»

estratto dalla Politica per la Qualità, l'Ambiente e la Sicurezza di Costa Edutainment

La conformità alle norme internazionali ISO 14001:2004, ISO 9001:2008 e OHSAS 18001:2007 è certificata dall'Organismo terzo accreditato Rina S.p.A..

L'Acquario ha scelto volontariamente di adottare un Sistema di Gestione Integrato conforme alle norme internazionali ISO 14001:2004, ISO 9001:2008 e OHSAS 18001:2007 per dimostrare l'impegno consapevole e continuativo nei confronti dell'ambiente, garantire alti standard di qualità del servizio e un ambiente di lavoro sicuro, oltre il rispetto degli obblighi di legge.



C MODELLO DI BUSINESS

MODELLO DI BUSINESS

Costa Edutainment opera nel settore della gestione di grandi strutture dedicate ad attività ricreative, culturali, didattiche, di studio e di ricerca scientifica. La sua Mission è quella di rispondere alla crescente domanda di un uso qualitativo del tempo libero, offrendo esperienze diversificate che coniughino cultura, divertimento, educazione ed emozione.

Il modello di business che concretizza la *value proposition* è basato sull'acquisizione della gestione delle varie strutture, attraverso la partecipazione a gare pubbliche.

Elemento fondante dell'identità aziendale di Costa Edutainment - e che pertanto ne caratterizza fortemente il modello di business - è la costruzione di sinergie con altri soggetti per la creazione di un valore comune.

In particolare Costa Edutainment costruisce, a fianco delle più tradizionali partnership commerciali, **partnership con soggetti pubblici coinvolti nella governance del territorio.**

Il sistema dei fornitori, inoltre, vede la **compresenza di imprese private e cooperative sociali**; a queste ultime sono prevalentemente affidati i servizi di relazione

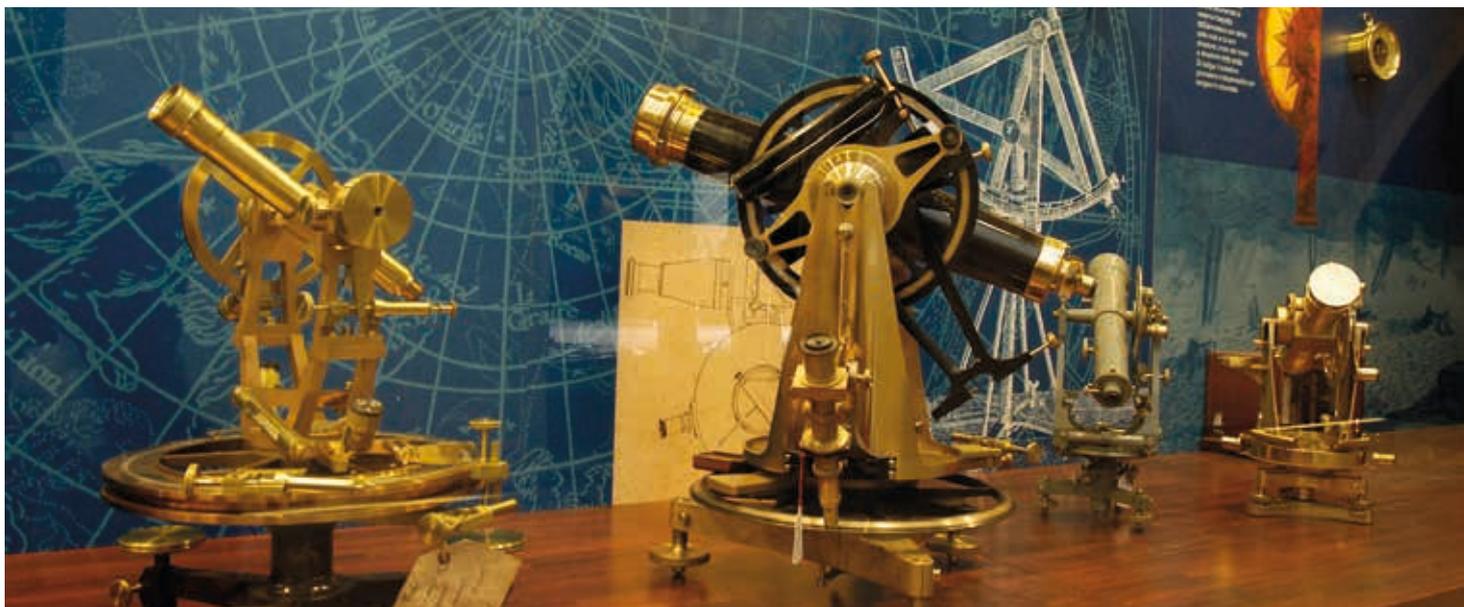
e primo contatto con il pubblico come la biglietteria, l'accoglienza e l'assistenza durante il percorso di visita.

Tale scelta organizzativa è coerente con la strategia di posizionamento socialmente responsabile perseguita da Costa Edutainment che mira alla creazione di valore allargato alle dimensioni sociali e ambientali oltre che a quella economica.

Una categoria specifica di fornitura certamente significative per l'azienda, considerando la natura del business e la complessità impiantistico-tecnologica che ne consegue, è rappresentata dagli alimenti per animali e dai servizi manutentivi specializzati.

Coerentemente con la propria mission, l'offerta aziendale è molto ampia e copre quattro settori (Strutture espositive/didattiche, Parchi faunistici/Naturalistici, Parchi meccanici/Tematici, Parchi Acquatici) che, seppur con polarità differenti, mantengono una stretta coerenza con l'ispirazione *edutainment* che sta alla base di tutti i servizi proposti. L'intenzione è quella, anche in ottica di sviluppi futuri, di valorizzare l'esperienza complessiva di *edutainment* offerta da tutte le strutture, coinvolgendo il cliente sull'intera varietà di proposte, attraverso le sinergie esistenti e i differenti canali di vendita.

C



MODELLO DI BUSINESS



COSTA EDUTAINMENT: UN MODELLO DI SINERGIA EFFICACE TRA PUBBLICO E PRIVATO

Correttezza e trasparenza del rapporto tra parti pubbliche e soggetto privato hanno da sempre caratterizzato l'attività di Costa Edutainment rappresentando un elemento fondante del modello di business fin dagli esordi e sempre mantenuto nel tempo.

Tale peculiarità è stata più volte pubblicamente riconosciuta a Costa Edutainment dai partner istituzionali (ad esempio in occasione dell'inaugurazione del nuovo Padiglione Cetacei) e trova la sua *ratio* valoriale profonda nel fatto che l'Azienda, operando all'interno del Porto Antico di Genova in virtù di una concessione ottenuta attraverso gara pubblica, svolge la sua attività con la consapevolezza di essere un soggetto privato chiamato a gestire un bene pubblico.

La conseguenza naturale è che, pur perseguendo criteri di gestione privatistici, l'Azienda allarga necessariamente il proprio focus strategico integrando un "beneficio collettivo" (economico, sociale e ambientale) nei propri risultati attesi e impegnandosi allo stesso tempo a generare valore sia per sé che per la comunità di cui è parte.

I risultati di questo approccio strategico sono evidenti e ampiamente riconosciuti: non vi è alcun dubbio che il successo dell'Acquario abbia sostanzialmente contribuito a vitalizzare l'intera area del Porto Antico rendendolo meta apprezzata non solo da parte dei turisti, ma anche degli stessi genovesi e a far riscoprire quelle potenzialità di Genova sotto il profilo turistico che da sole non avevano la possibilità di emergere.



D RISCHI E OPPORTUNITÀ

RISCHI E OPPORTUNITÀ

L'azienda nel corso della definizione del proprio Piano Industriale 2014-2018 ha condotto un'analisi SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) con lo scopo da una parte di definire le azioni da mettere in campo per rafforzare il proprio vantaggio competitivo e dall'altra di contenere eventuali minacce.



PUNTI DI FORZA

- Leader nell' *edutainment*, forte *brand reputation* a livello nazionale e europeo ("destinazione" turistica)
- Buona valutazione complessiva dei visitatori per le strutture dell'Acquario Village
- Acquario Village immune al fattore meteorologico e fruibile, con alcune eccezioni, per tutti i giorni dell'anno
- Buon peso dei turisti stranieri (30% agosto 2014)
- Recente rinnovamento dell'offerta: nuova vasca cetacei

PUNTI DI DEBOLEZZA

- Da migliorare l'aspetto della redditività, sia rispetto ad un aumento della marginalità del servizio, sia in riferimento ai ricavi medi per visitatore
- Incidere maggiormente con azioni finalizzate a prolungare il tempo medio di permanenza per visitatore, aumentando così la possibilità di spesa nelle strutture
- Da migliorare l'offerta di *Merchandising* e quella di *Food & Beverage* all'interno delle strutture

OPPORTUNITÀ

- Lieve crescita in Europa della spesa media per tempo libero e dell'industria del *leisure*
- In crescita flussi turistici in Europa
- In aumento la diffusione degli strumenti di pagamento e di fidelizzazione elettronici
- Mercato dei parchi ricreativi in Italia è frammentato e locale, solo 3 strutture superano il milione di visitatori
- Mercato caratterizzato da forti economie di scala
- Sviluppo del mondo *smart e social*

MINACCE

- Crisi economica: in Italia riduzione della spesa media per tempo libero, flussi turistici in crescita ma la tendenza al "mordi e fuggi" riducono l'attrattività dei parchi tematici
- In calo il numero di visitatori dei parchi europei e italiani
- Scarsa ricettività alberghiera delle strutture liguri
- Calo della permanenza media dei visitatori in Italia e in Liguria
- Esposizione alle problematiche legate ai movimenti ambientalisti

Rielaborazione da Piano Industriale 2014-2018 PWC

E STRATEGIA E ALLOCAZIONE DELLE RISORSE

STRATEGIA E ALLOCAZIONE DELLE RISORSE

La strategia aziendale di lungo periodo è caratterizzata dalla volontà di imporsi come leader di mercato a livello nazionale e internazionale, esprimendo un modello di impresa estremamente riconoscibile in quanto caratterizzato dalla capacità di generare sviluppo non solo per sé ma anche per la comunità esterna, massimizzando la creazione di valore economico, sociale e ambientale.

Per esplicitare in modo univoco tale orientamento strategico di fondo è stata delineata una mappa strategica ispirata al modello della Balanced Scorecard, integrata con l'approccio di azienda *stakeholder oriented* e con il modello dei sei capitali proposto da IIRC, International Integrated Reporting Council.

La mappa strategica si compone di quattro dimensioni interconnesse:

- La prima dimensione rappresenta gli input, le risorse a disposizione dell'azienda per realizzare i propri obiettivi strategici. In coerenza con quanto previsto dal modello IIRC le risorse sono rappresentate da sei differenti tipologie di capitali: finanziario, produttivo, organizzativo, umano, relazionale e sociale, naturale
- La seconda dimensione rappresenta gli obiettivi i processi organizzativi, ovvero gli obiettivi di miglioramento su tali processi che, nel caso specifico, sono stati raggruppati in quattro aree di creazione di valore: *governance* e trasparenza, relazione con gli *stakeholder* chiave, sostenibilità economico-finanziaria, tutela ambientale
- La terza dimensione rappresenta gli *stakeholder*, cioè i principali destinatari degli obiettivi aziendali: non solo il cliente, come in una prospettiva tradizionale, ma una serie allargata di interlocutori
- La quarta dimensione rappresenta le performance, i risultati aziendali riferiti alle stesse sei differenti tipologie di capitali che integrano, arricchendola, la tradizionale lettura economico-finanziaria dell'impresa.



Le quattro dimensioni della Mappa strategica

Tale mappa rappresenta una visione non solo di breve, ma soprattutto di medio e lungo periodo della strategia aziendale e gli obiettivi indicati, conseguentemente, hanno una prospettiva temporale che travalica decisamente il perimetro di questo Report, il 2014, spingendosi in alcuni casi fino al 2016.

Tali obiettivi, sia annuali che pluriennali, sono stati co-definiti con singoli responsabili che hanno contribuito a individuare target, responsabilità e tempi.



Modello di creazione di valore e connessione con i capitali

LEGENDA



Capitale organizzativo



Capitale eco-finanziario



Capitale umano



Capitale relazionale e sociale



Capitale naturale

Lo schema descrive il modello di creazione di valore dell'azienda, evidenziando per ognuna delle quattro aree (*governance* e trasparenza, relazione con gli *stakeholder* chiave, sostenibilità economico-finanziaria, tutela ambientale) lo sviluppo ottimale di quei processi (*reporting* integrato, cittadinanza di impresa, *supply-chain*, efficienza energetica, ecc.) attraverso cui l'organizzazione trasforma le risorse (divise nei sei capitali in input) in valore (capitali in output).

1. GOVERNANCE E TRASPARENZA

Il consolidamento di un posizionamento chiaro e condiviso sia all'interno che all'esterno come "azienda responsabile" passa necessariamente attraverso il potenziamento dei percorsi di *disclosure* verso i propri principali interlocutori. Parliamo di veri e propri percorsi di evoluzione della cultura aziendale, lenti per definizione e orientati al lungo periodo.

In particolare la definizione e il monitoraggio di obiettivi di natura non strettamente economico-finanziaria,

ma anche sociale, ambientale e di *governance*, presuppone la crescita in azienda di una cultura del *business reporting* ampio, capace di mantenere le stesse caratteristiche di affidabilità del dato tipiche della dimensione economico finanziaria e in grado di stimolare continuamente la condivisione delle informazioni.

La crescita della cultura del *business reporting* porta con sé, come naturale conseguenza, una propensione alla collaborazione e alla presa di decisione basata sui dati stessi e il percorso avviato nel 2014 ne costituisce un momento fondamentale.

2. LA RELAZIONE CON GLI STAKEHOLDER CHIAVE

In piena coerenza e continuità con la storia e i valori della famiglia e delle imprese Costa, la strategia di Costa Edutainment si fonda sulla piena valorizzazione della relazione con i clienti, i collaboratori e le istituzioni locali.

Il livello di maturazione attuale di tale sistema di relazioni tra Azienda e *stakeholder* chiave, tuttavia, non può definirsi del tutto omogeneo: in particolare, mentre appare molto chiara la centralità del cliente e delle istituzioni locali, la relazione con lo *stakeholder* dipendente potrà essere potenziata e maggiormente valorizzata in merito, ad esempio, a tematiche quali lo sviluppo della motivazione individuale, il miglioramento del clima aziendale, la cultura della sicurezza al di là degli obblighi di legge.

In particolare, per la creazione di valore nel breve, medio e lungo periodo, la visione aziendale:

- nella relazione con i dipendenti è quella di potenziare gli strumenti operativi utili a garantire un ambiente di lavoro sicuro, capace di valorizzare il talento individuale e maggiormente orientato al lavoro di squadra
- nella relazione con i clienti è legata alla necessità di potenziare e innovare i percorsi di ascolto attento e costante della domanda, sempre più diversificata, di utilizzo del tempo libero al fine di rimodulare l'offerta, anche co-progettandola
- nella relazione con le Istituzioni, è orientata al consolidamento della capacità (già molto sviluppata) di sviluppare percorsi condivisi e co-progettati, capaci di portare valore all'Azienda e al territorio.

3. LA SOSTENIBILITÀ ECONOMICO-FINANZIARIA

Costa Edutainment è fortemente impegnata nel miglioramento della propria redditività, sia attraverso l'ottimizzazione dei processi in essere, sia attraverso lo sviluppo di nuove fonti di ricavo.

Per quanto riguarda l'ottimizzazione dell'esistente, il 2014 ha visto l'azienda concentrata su tre principali aspetti:

- la rinegoziazione in chiave migliorativa degli attuali rapporti bancari
- l'armonizzazione del sistema di controllo della gestione, a livello di gruppo
- la ridefinizione dei contratti di *outsourcing*, con particolare attenzione alla manutenzione delle strutture.

In prospettiva inoltre (2015 – 2017) l'azienda è impegnata su due ulteriori fronti:

- la valutazione di fattibilità economico-finanziaria di alcune indicazioni emerse dal Piano Industriale per la massimizzazione del valore economico generabile dalle strutture esistenti (*full potential*)
- una prima ricognizione dei modelli di *rating* proposti dalla cosiddetta finanza etica, attenta a valorizzare l'impegno e le performance sociali e ambientali, oltreché economico-finanziarie.

4. LA TUTELA AMBIENTALE

Fin dagli esordi l'attività di Costa Edutainment è stata caratterizzata per l'eccellenza delle competenze interne e dei progetti sviluppati in tema di tutela ambientale.

Due le aree di principale impegno:

- La tutela diretta, che si esprime nella progressiva minimizzazione degli impatti prodotti dalle strutture sull'ambiente e nella promozione di standard di bioetica per gli animali ospitati all'interno delle strutture del Gruppo
- La tutela indiretta, che si esprime attraverso la sensibilizzazione e l'educazione del grande pubblico alla conservazione, alla gestione e ad un uso responsabile degli ambienti acquatici e attraverso la realizzazione di progetti per la salvaguardia degli ambienti naturali di provenienza degli animali.

F PERFORMANCE

PERFORMANCE

In accordo con il modello di Report Integrato proposto da IIRC, le *performance* aziendali sono descritte in questo paragrafo in funzione di sei tipologie di capitali, che rappresentano le basi di creazione di valore dell'Azienda nel breve medio e lungo periodo.

Il 2014 rappresenta, dunque, il primo anno di rendicontazione integrata sui capitali:

- 1) **Finanziario**: insieme dei fondi utilizzabili per fornire i servizi
- 2) **Produttivo**: fabbricati e oggetti fisici a disposizione dell'organizzazione
- 3) **Organizzativo**: il saper fare (eventualmente tutelato) e il saper organizzare
- 4) **Umano**: competenze, capacità ed esperienze delle persone
- 5) **Relazionale e sociale**: sistema delle relazioni con gli *stakeholder*
- 6) **Naturale**: il complesso delle risorse ambientali intese come natura e animali che impattano sulle attività dell'organizzazione.



<p>CAPITALE FINANZIARIO</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Percentuale risparmio da ottimizzazione servizi <i>outsourcing</i> • Fatturato • Utile • <i>Cash flow</i> • Fatturato medio per dipendente • Costo medio per dipendente • Distribuzione valore aggiunto
<p>CAPITALE PRODUTTIVO</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Completamento padiglione cetacei • Numero nuovi <i>exhibit</i> • Rinnovamento Museo Nazionale dell'Antartide
<p>CAPITALE ORGANIZZATIVO</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Piattaforma web per il reporting integrato • Riorganizzazione settore acquariologico • Definizione del Piano Industriale 2014-2018 • Sistema di gestione aziendale
<p>CAPITALE UMANO</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Numero e tipologia di Tavoli sui processi Collaborativi • Totale ore di formazione • Ore medie formazione • Percentuale dipendenti che hanno beneficiato dei corsi di formazione • Turnover • Numero totale di dipendenti • Età media • Scolarità • Quote rosa • Numero infortuni • Anzianità • Applicazione Contratto secondo livello
<p>CAPITALE RELAZIONALE/ SOCIALE</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Euro e numero Progetti sostenuti per cultura e sociale • attività "Amici dell'Acquario" • Indice Customer Satisfaction • <i>Feed back</i> da <i>social network</i> • Gestione Reclami, rassegna stampa • Efficacia educativa • Risultati progetto scuole • Presenza alle fiere nazionali ed estere • Percentuale di ingressi nelle strutture
<p>CAPITALE NATURALE</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Numero e tipologia di progetti di ricerca scientifica • Consumi energetici (acqua, en.elettrica, metano) • Biodiversità • Bioetica

Tabella riepilogativa dei principali KPIs e risultati sui sei capitali

CAPITALE FINANZIARIO

Dopo un 2013 reso difficile dal ritardo nell'apertura del nuovo Padiglione Cetacei e dalle agevolazioni di prezzo che l'Azienda ha dovuto riconoscere ai visitatori a causa del percorso espositivo ridotto e disagiato per i lavori in corso, il 2014 ha visto un +3% nei visitatori ed un + 17% nei ricavi da biglietteria rispetto all'anno precedente.

Il risultato di esercizio rispetto al 2013 era migliore fino alla fine del mese di settembre, con un + 7% di visitatori ed un + 23,5% sui ricavi da biglietteria, ma i fatti alluvionali che si sono verificati a Genova e in Liguria il 9 ottobre e gli allarmi ampiamente diffusi nelle settimane subito successive hanno generato un effetto assai pesante sul turismo, che si è dimostrato completamente assente fino alle vacanze di Natale, che fortunatamente hanno mostrato un deciso segnale di ripresa per Genova.

L'esercizio 2014 si chiude con:

- un fatturato pari 25.835.412 euro (22.986.609 euro nel 2013)
- un utile pari 151.341 euro (- 1.235.028 euro nel 2013)
- un *cash flow* di circa 1.500.000 euro
- un costo medio per dipendente pari a 50.400 euro, con un aumento del 7% rispetto al 2013
- un fatturato medio per dipendente pari a 243.730 euro.

Va sottolineato infine come l'obiettivo specifico di ottimizzazione dei contratti di outsourcing della manutenzione abbia portato a un risparmio annuo del 12% pari a 65.000 euro rispetto al contratto dell'anno precedente.

CREAZIONE E DISTRIBUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO

Il bilancio di riferimento che si è scelto di utilizzare è il consolidato, poiché è quello che meglio evidenzia la **creazione e distribuzione di valore del Gruppo**.

Come collegamento con il report presentato, si allega un estratto sintetico del conto economico della sola Costa Edutainment S.p.A., e di seguito gli stessi dati del bilancio consolidato di Gruppo corredati dai dati patrimoniali. A seguire riportiamo il conto economico consolidato riclassificato secondo il concetto di creazione e distribuzione del valore aggiunto. Il valore aggiunto viene qui rappresentato in due distinti prospetti:

- determinazione del valore aggiunto individuato dalla contrapposizione dei ricavi e dei costi intermedi;
- riparto del valore aggiunto, ricomposto quale sommatoria delle remunerazioni percepite dagli interlocutori interni all'azienda e delle liberalità esterne.

CONTO ECONOMICO RICLASSIFICATO COSTA EDUTAINMENT CIVILISTICO

Euro x 000

	31/10/2014	31/10/2013	VARIAZIONE
Ricavi netti	25.843	22.987	2.857
Costi esterni	18.832	17.196	1.636
Valore Aggiunto	7.011	5.790	1.221
Costo del lavoro	4.770	4.675	96
Margine Operativo Lordo	2.241	1.115	1.125
Ammortamenti, svalutazioni ed altri accantonamenti	3.196	2.797	399
Risultato Operativo	- 955	- 1.681	726
Proventi e (oneri finanziari)	- 740	- 704	- 36
Componenti straordinarie nette	1.806	570	1.236
Risultato prima delle imposte	110	- 1.815	1.926
Imposte sul reddito	- 41	- 577	536
Risultato netto	151	- 1.235	1.386

CONTO ECONOMICO RICLASSIFICATO COSTA EDUTAINMENT CONSOLIDATO

Euro x 000

	31/10/2014	31/10/2013	VARIAZIONE
Ricavi netti	54.938	29.869	25.069
Costi esterni	35.489	22.145	13.344
Valore Aggiunto	19.449	7.724	11.725
Costo del lavoro	13.061	5.886	7.175
Margine Operativo Lordo	6.389	1.838	4.551
Ammortamenti, svalutazioni ed altri accantonamenti	8.302	4.452	3.851
Risultato Operativo	- 1.914	- 2.614	700
oneri finanziari	- 1.546	- 736	- 811
Componenti straordinarie e rettifiche	4.006	1.278	2.727
	0	0	0
Risultato prima delle imposte	545	- 2.071	2.616
	0	0	0
Imposte sul reddito	387	- 1.560	1.947
Risultato netto	159	- 511	669

STATO PATRIMONIALE RICLASSIFICATO COSTA EDUTAINMENT CONSOLIDATO

Euro x 000

	31/10/2014	31/10/2013	VARIAZIONE
Immobilizzazioni immateriali nette	2.680	2.649	31
Immobilizzazioni materiali nette	77.030	82.223	- 5.193
Partecipazioni ed altre immobilizzazioni finanziarie	2.847	2.955	- 107
Capitale immobilizzato	82.557	87.826	- 5.269
-	-	-	-
Rimanenze di magazzino	520	463	57
Crediti verso Clienti	3.328	3.631	- 303
Altri crediti	3.674	3.000	675
Ratei e risconti attivi	1.108	604	504
Attività d'esercizio a breve termine	8.630	7.698	931
-	-	-	-
Debiti verso fornitori	19.200	19.080	120
Debiti tributari e previdenziali	1.566	1.620	- 55
Altri debiti	6.749	6.969	- 220
Ratei e risconti passivi	518	446	72
Passività d'esercizio a breve termine	28.033	28.116	- 83
-	-	-	-
Capitale d'esercizio netto	- 19.403	- 20.417	1.014
-	-	-	-
Trattamento di fine rapporto di lavoro subordinato	1.908	1.291	616
Fondi per rischi ed oneri	7.865	11.418	- 3.553
Passività a medio lungo termine	9.772	12.709	-2.937
-	-	-	-
Capitale investito	53.382	54.700	- 1.318
-	-	-	-
Patrimonio netto	20.761	21.283	- 522
Posizione finanziaria netta a medio lungo termine	24.162	26.591	- 2.430
Posizione finanziaria netta a breve termine	8.459	6.825	1.634
-	-	-	-
Mezzi propri e indebitamento finanziario netto	53.382	54.700	- 1.318

POSIZIONE FINANZIARIA NETTA COSTA EDUTAINMENT CONSOLIDATO

Euro x 000

	31/10/2014	31/10/2013	VARIAZIONE
Depositi bancari	1.185	3.554	- 2.369
Denaro e altri valori in cassa	142	110	32
Disponibilità liquide	1.327	3.664	- 2.337
	-	-	-
Attività finanziarie che non costituiscono immobilizzazioni	20	21	- 2
	-	-	0
Debiti verso banche (entro 12 mesi)	-	-	0
Quota a breve di finanziamenti	9.806	10.511	- 705
Debiti finanziari a breve termine	9.806	10.511	- 705
	-	-	0
Posizione finanziaria netta a breve termine	- 8.459	- 6.825	- 1.634
	-	-	0
Quota a lungo di finanziamenti	24.162	26.591	- 2.430
	-	-	0
Posizione finanziaria netta a medio e lungo termine	- 24.162	- 26.591	2.430
	-	-	0
Posizione finanziaria netta	-32.621	- 33.416	796

DETERMINAZIONE DEL VALORE AGGIUNTO GLOBALE

TOTALI Euro x 000

A) Valore della produzione

1. Ricavi delle vendite e delle prestazioni	54.560
- rettifiche di ricavo	
2. Variazioni delle rimanenze di prodotti in corso di lavorazione, semilavorati e finiti (e merci)[1]	73
3. Variazione dei lavori in corso su ordinazione	
4. Altri ricavi e proventi	378

Ricavi della produzione tipica 55.011

5. Ricavi per produzioni atipiche (produzioni in economia)

B) Costi intermedi della produzione

6. Consumi di materie prime, Consumi di materie sussidiarie Consumi di materie di consumo Costi di acquisto di merci (o Costo delle merci vendute)	- 5.503
Costi per servizi	- 11.199
7. Costi per godimento di beni di terzi	- 6.135
8. Accantonamenti per rischi	
9. Altri accantonamenti	- 91
10. Oneri diversi di gestione	- 1.271

VALORE AGGIUNTO CARATTERISTICO LORDO 30.813

C) Componenti accessori e straordinari

11. +/- Saldo gestione accessoria	
Ricavi accessori	4.768
- Costi accessori	- 515
12. +/- Saldo componenti straordinari	
Ricavi straordinari	
- Costi straordinari	- 230

VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO 34.836

- Ammortamenti della gestione per gruppi omogenei di beni

VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO 34.836

RIPARTO DEL VALORE AGGIUNTO GLOBALE

	TOTALI Euro x 000	Dettagli
A - Remunerazione del personale		
Personale non dipendente	- 4.630	
Personale dipendente	- 11.016	
a) remunerazioni dirette		- 8.106
b) remunerazioni indirette		- 2.910
c) quote di riparto del reddito		
B - Remunerazione della Pubblica Amministrazione		
Imposte dirette	- 387	
Imposte indirette	- 8.835	
Imposte indirette: iva indeduc		- 2.108
Affissioni, registro e pubblicità		- 190
IMU		- 295
Porto Antico canone + Cattolica canone		- 4.048
Tasse su remunerazioni dirette personale non dipendente		- 149
Tasse su remunerazioni dirette personale dipendente		- 2.045
C - Remunerazione del capitale di credito	- 1.411	
Oneri per capitali a breve termine (banche)		- 663
Oneri per capitali a lungo termine (banche)		- 748
D - Remunerazione del capitale di rischio		
Dividendi (utili distribuiti alla proprietà)		
E - Remunerazione dell'azienda	- 8.461	
+/- Variazioni riserve		- 159
(Ammortamenti ⁽¹⁾)		- 8.302
F - Liberalità esterne e collettività	- 96	
VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO	- 34.836	- 0

⁽¹⁾ Solo nel caso in cui si consideri il Valore Aggiunto Lordo.

CAPITALE PRODUTTIVO

Il 2014 ha visto come principale elemento di impegno aziendale il completamento del nuovo Padiglione Cetacei, con investimenti per circa 630.000 euro.

Highlights di progetto:

- realizzato da Itinera S.p.A., con l'ausilio di subappaltatori
- Renzo Piano Building Workshop ne ha curato la progettazione architettonica ed estetica
- sul piano finanziario la vasca è stata realizzata di concerto con Porto Antico di Genova S.p.A., che ha ricevuto un contributo di fondi comunali per la parziale esecuzione dell'opera (circa il 30% del costo totale).

Alla fine di ottobre 2014, ha avuto inoltre inizio il rinnovamento del Museo Nazionale dell'Antartide che ha lo scopo di rendere più attuale la struttura, inaugurata nel 1998. Il progetto di rinnovo, che si concluderà nell'aprile 2015, prevede una razionalizzazione del percorso espositivo, che vede al centro dell'attenzione il lavoro dei ricercatori in campo biologico ed ecologico.

Oltre ad un aggiornamento generale dei contenuti, tradotti anche in inglese, l'intera struttura espositiva verrà allestita contestualizzando elementi scenografici in grado di trasmettere le suggestioni e l'atmosfera del "continente bianco" e inserendo diversi punti di interazione con i visitatori al fine di conferire al tutto un generale dinamismo.

Nel corso del 2014, è stata infine allestita una nuova *exhibit* all'interno dell'Acquario di Genova dedicata a "Il mondo dei Coralli di Spongebob", realizzata in partnership con Viacom/Nickelodeon. Il nuovo allestimento comprende tre nuove vasche tropicali e ha visto la realizzazione di 68 animazioni dedicate alla scoperta di segreti e curiosità delle scogliere coralline.

CAPITALE ORGANIZZATIVO

I principali risultati in termini di sviluppo del capitale organizzativo per l'anno 2014 riguardano:

- La riorganizzazione del settore acquariologico che ha portato negli ultimi mesi del 2014 ad una revisione del modello organizzativo con il duplice obiettivo di:
 - ridistribuire le responsabilità e valorizzare i livelli intermedi al fine di creare un nuovo quadro gerarchico con referenze più chiare
 - ottenere maggiore efficienza ottimizzando la distribuzione dei carichi di lavoro e delle competenze che consentono maggiore interscambio tra i diversi settori.
- La traduzione del sistema degli obiettivi aziendali all'interno della piattaforma informatica *Quickscore* progettata e popolata a supporto del percorso di reporting integrato
- La definizione del Piano Industriale 2014-2018, quale strumento di descrizione delle intenzioni strategiche del management e delle strategie competitive aziendali
- Il mantenimento della certificazione del Sistema di Gestione Integrato di Costa Edutainment (ISO 9001, ISO 14001 e OHSAS 18001) a valle del superamento della visita ispettiva condotta dall'Organismo di Certificazione RINA S.p.A. a Novembre 2013.

CAPITALE UMANO

Al 31/10/2014 Costa Edutainment occupa 106 persone: 94 a tempo indeterminato, 2 apprendisti e 10 a tempo determinato.

Sono presenti inoltre 4 collaborazioni per lo sviluppo di progetti a valenza scientifica e divulgativa.

Il 2014 ha presentato un tasso di *turn over* pari all'1%.

È un'azienda che presenta una scolarità medio alta con la quasi totalità del personale (100 su 106) laureato o diplomato.

L'età media dei dipendenti è di poco inferiore ai 43 anni, mentre l'anzianità media aziendale è 11 anni.

Va sottolineato l'equilibrio di genere, con una lieve prevalenza femminile: il personale è composto per il 53% donne e per il 47% uomini.

L'Azienda presenta una particolarità rappresentata dalla presenza di donne nei ruoli apicali superiore agli uomini, in controtendenza rispetto alla media italiana attuale (meno del 20%).

ORGANICO COSTA EDUTAINMENT - 31/10/2014

Livello	F	M
Dirigente	3	1
Quadro	5	4
1° Livello	6	6
2° Livello	9	9
3° Livello	25	14
4° Livello	8	10
5° Livello	0	6
TOTALE	56	50

Il Contratto Nazionale del Lavoro applicato è quello del settore del terziario della distribuzione e servizi del 18 luglio 2008, rinnovato il 26 febbraio 2011. La Società ha anche un contratto integrativo aziendale, rinnovato il 23 luglio 2012 e scaduto il 31 dicembre 2014.

FORMAZIONE

Per quanto riguarda il potenziamento delle competenze del personale, il 2014 ha visto l'Azienda impegnata nello sviluppo di un Piano Formativo della durata complessiva

di 332 ore che ha coinvolto il 94% delle persone, con una media di 3 ore di formazione/anno per dipendente. Il tema più trattato è stato la sicurezza; questo spiega l'ampia trasversalità e quantità delle persone coinvolte.

Lo sviluppo delle competenze non si è limitato all'attività formativa tradizionale, ma ha integrato approcci più operativi e *on the job*, in particolare per quanto riguarda la "collaborazione per il miglioramento dei processi organizzativi".

Tale competenza è strategica perché in grado di impattare su almeno tre fronti distinti: la motivazione dei singoli, il clima aziendale e l'innovazione dei processi. È stata sviluppata nel corso del 2014 attraverso cinque tipologie di tavoli di lavoro:

- Operativo, che si è riunito con cadenza mensile
- Commerciale e marketing, a cadenza quindicinale
- Acquariologia mammiferi e servizio veterinario, a cadenza settimanale
- Acquariologia e servizio veterinario, a cadenza quindicinale
- Acquariologia e servizio tecnico, a cadenza settimanale.



SICUREZZA SUL LAVORO

Anche per il 2014 Costa Edutainment ha confermato la certificazione volontaria del Sistema di Gestione della Salute e Sicurezza dei lavoratori secondo lo standard internazionale OHSAS 18001.

Sono stati realizzati due percorsi in *e-learning* dedicati alla sicurezza sul lavoro, rispettivamente della durata di 4 ore per tutto il personale e di 16 ore per i dirigenti.

Gli infortuni sul lavoro occorsi nell'anno fiscale 2014 sono 7 (totale giorni di assenza 370): 6 nelle strutture di Genova (132 giorni di assenza) e 1 in quelle di Livorno (238 giorni di assenza). Rispetto allo scorso anno resta invariata la frequenza per Livorno, mentre peggiora quella genovese che passa da un infortunio a 6.

Analizzando gli eventi, 2 su 7 risultano essere significativi in quanto rappresentano quasi il 90% del totale dei giorni di assenza per infortuni e di questi, solo uno è stato provocato da carenze da parte dell'azienda nella segnalazione di potenziale pericolo. Nel complesso il settore maggiormente colpito è quello acquariologico, interessato da 6 infortuni su 7, causati principalmente da distrazione e pertanto poco prevedibili dall'azienda.

Costa Edutainment, nel miglioramento continuo delle condizioni di sicurezza aziendale, sta portando avanti la sperimentazione di una procedura dedicata alla

segnalazione dei cosiddetti *near missing* (quasi incidenti) da parte del personale aziendale con il fine di intervenire in maniera preventiva sulla riduzione delle possibili situazioni di rischio.

CAPITALE SOCIALE

CITTADINANZA D'IMPRESA

Costa Edutainment nel 2014 ha mantenuto il suo tradizionale impegno di rapporto con le comunità locali per la cittadinanza d'impresa, sostenendo progetti e iniziative con un **contributo totale di oltre 100.000 euro** e collaborando con numerose iniziative minori in qualità di partner.

INIZIATIVE CULTURALI

- **Palazzo Ducale Fondazione per la Cultura**, che vede la presenza di Giuseppe Costa in Comitato Direttivo e di Costa Edutainment tra i soci
- **Teatro Stabile** di Genova
- **Festival della Scienza**, che vede Costa Edutainment tra i soci fondatori
- **Festival della Mente** di Sarzana
- **Festival della Comunicazione** di Camogli



COSTA EDUTAINMENT E LA CULTURA

La cultura è parte integrante della nostra visione ed è all'interno di questo orizzonte che si sviluppa il concetto di *edutainment*. Per questo, fin dalle origini, si è ritenuto di rilevanza strategica la partecipazione attiva

all'interno di Civita Cultura, che insieme al recente gruppo IEN rappresenta un'eccellenza nella gestione e sviluppo di un sistema integrato di offerta culturale e turistica del nostro Paese.

INIZIATIVE SOCIALI CON FOCUS PARTICOLARE SUL TARGET BAMBINI E RAGAZZI:

- Porto dei Piccoli onlus, che vede la presenza di Giuseppe Costa in Comitato Direttivo
- Creativi della notte Music for Peace onlus per il progetto Solidarbus
- Medici in Africa Genova onlus

Non sono solo il sostegno economico e le attività di co-marketing a caratterizzare l'impegno di Costa Edutainment nei confronti della collettività: un ulteriore ambito rilevante di impegno riguarda, infatti, la messa a disposizione, in modo gratuito o fortemente scontato rispetto al prezzo di mercato, dei propri spazi e strutture per finalità istituzionali e/o sociali.

È un modo molto concreto per valorizzare l'approccio socialmente responsabile che caratterizza l'azione aziendale e rimarcare, una volta ancora, quell'identità di soggetto privato, fortemente impegnato in percorsi di creazione di valore allargato per il territorio.

Più di 70 gli eventi che sono stati ospitati all'interno delle strutture di Costa Edutainment nel corso del 2014, a fini istituzionali e sociali per un valore di mercato superiore ai 200.000 euro: eventi promossi dalla Commissione Europea, Regione Liguria, Comune di Genova, CAI, San Marcellino, Rotary, Unitali, IIT, ANCE, UISP, UNIGE, Medici in Africa, Conservatorio Paganini, Croce Rossa Italiana, Lions, RINA e molti altri.

NETWORKING

A livello locale:

- Confindustria Genova, Giuseppe Costa invitato permanente Consiglio Esecutivo con delega alla cultura, *education* e formazione
- Associazione Amici dell'Acquario
- ETIClab
- Università di Genova, per stage e borse di studio, accordi in corso con Facoltà di Architettura, Lettere e Filosofia, Scienze Ambientali e Naturali, Scienze del Mare, Scienze dei Sistemi Naturali, Scienze della Comunicazione, Chimica

A livello nazionale e internazionale:

- Associazione Promotori Musei del Mare
- UIZA - Unione Italiana Giardini Zoologici e Acquari
- EAZA - European Association of Zoos and Aquaria
- IZEA - International Zoo Educators Associations www.izea.net
- Confcultura - Associazione Imprese Museali
- AIAF - Associazione Italiana Imprese Familiari
- Confindustria - Giuseppe Costa membro di Giunta di Confindustria Nazionale e componente del Comitato Tecnico Education di Confindustria Nazionale
- Università di Torino, Siena, Padova, Bologna, Pisa, Milano

AMICI DELL'ACQUARIO

“**Gli amici dell'Acquario di Genova**” è una ONLUS nata nel 1995 per collaborare con l'Acquario di Genova nella valorizzazione della struttura e delle iniziative, nella diffusione culturale e nei rapporti con la città.

L'associazione svolge un'opera di diffusione culturale attraverso conferenze, tavole rotonde e cicli di incontri.

Nel 2014 oltre **30 incontri** “Mercoledì Scienza” (nei tre cicli “Nell'arte e nella scienza, ovunque la bellezza”, “Il racconto che viene da lontano”, “Il sole”) hanno visto la partecipazione di circa **8.400 persone**.

ATTIVITÀ EDUCATIVE E DI SENSIBILIZZAZIONE SULLA GESTIONE SOSTENIBILE DELLE RISORSE 2014

Il rapporto tra Costa Edutainment e le scuole rappresenta per l'Azienda un patrimonio consolidato nel tempo e ricco in quantità e qualità, sia in termini di proposta che di risposta.

In particolare l'Acquario di Genova si propone come un vero e proprio centro di Educazione Ambientale attraverso l'utilizzo di un mix di metodologie e strumenti, diversificati per fasce scolastiche, che favoriscono l'osservazione, l'interazione, il confronto e la discussione.

Il 2014 ha visto più di 62.000 studenti visitare l'Acquario di Genova in compagnia dei propri insegnanti di cui più di 12.000 hanno anche partecipato a laboratori e approfondimenti, tra i quali ricordiamo in particolare come novità 2014 il laboratorio “*Pelagos, il più esteso ambiente del nostro Pianeta*” e la campagna “*Mr. Goodfish*”, che ha coinvolto anche l'Acquario di Livorno.

Periodo 1° Novembre 2013 – 31 Ottobre 2014

Numero di studenti totale 62.109

Numero di approfondimenti 622

Numero di studenti partecipanti agli approfondimenti 12.331

Gli studenti all'Acquario di Genova



Rilevante la presenza delle scuole anche all'interno delle altre strutture di Acquario Village:

	Galata Museo del Mare	Città dei bambini e dei ragazzi	Museo Nazionale dell'Antartide
Ingressi scuole	26.600	10.300	4.800
Approfondimenti e laboratori	11.500	13.300	-

La valutazione da parte degli insegnanti della proposta didattica dell'Acquario di Genova viene monitorata attraverso questionari somministrati ad hoc.

Per il 2014, su un campione di circa 300 questionari elaborati, i risultati restituiscono una grande soddisfazione da parte degli insegnanti in merito agli elementi essenziali della visita: la rispondenza alle aspettative, la capacità di coinvolgimento degli studenti da parte degli animatori, la possibilità di incidere sui comportamenti successivi dei bambini, dei ragazzi e delle loro famiglie in tema di attenzione e rispetto dell'ambiente.

L'attività educativa di Acquario di Genova, nel corso del 2014, si è sviluppata anche attraverso la campagna denominata "Mr. Goodfish" che ha avuto come obiettivo centrale quello di far conoscere le specie ittiche (in primis stagionali e locali) che non sono state oggetto di sovrasfruttamento e che in gran parte sono considerate "povere", stimolando al contempo il cambiamento a lungo termine delle attitudini delle nuove generazioni nei confronti delle risorse marine. Da ricordare, infine, la partnership con AsDoMar, offerta anche a tutti i visitatori dell'Acquario di Genova, basata sui concetti di gestione sostenibile delle risorse e sviluppata all'interno dell'Acquario di Genova.

Una grande plancia gioco calpestabile a forma di tonno, di 8 metri di lunghezza, è stata il terreno di scontro per una "gara" tra i partecipanti che attraverso domande in stile "trivial" e vere e proprie prove fisiche sono stati accompagnati alla scoperta della sostenibilità delle risorse ittiche.

CUSTOMER CARE

Nel corso del 2014 tre strutture del polo genovese (Acquario di Genova, Galata, Città dei bambini e dei ragazzi) hanno realizzato un'indagine di Customer Satisfaction sulla soddisfazione dei propri servizi.

INDICE DI SODDISFAZIONE GLOBALE DELLA VISITA

Acquario di Genova	7,51
Galata	7,58
La città dei bambini e dei ragazzi	7,19

Fonte: Indagine Customer Satisfaction Eurisko 2014

Per quanto riguarda l'Acquario di Genova, l'indice di soddisfazione globale annuale risulta lievemente superiore rispetto alla media ponderata storica (14 anni di rilevazione) e in crescita rispetto ai valori registrati nell'ultimo triennio. Anche il Galata Museo del Mare ha registrato elevati valori di soddisfazione dei clienti, tanto che il giudizio complessivo è risultato essere il più alto degli ultimi 7 anni.

Nel complesso, i risultati delle indagini evidenziano alcune criticità trasversali, legate in modo particolare al parcheggio e alle zone bar e ristoro.

I punti di forza, al contrario, sono legati alle peculiarità delle singole strutture e in particolare:

- Per l'Acquario di Genova, l'attenzione e il rispetto degli animali insieme con l'alto indice di biodiversità
- Per il Galata, il fascino delle ricostruzioni e riproduzioni insieme con il contenuto storico/divulgativo e la ricchezza delle collezioni
- Per La città dei bambini e dei ragazzi, l'accessibilità agli ambienti di gioco e la pulizia.

In particolare, ai visitatori dell'Acquario di Genova, nel corso dell'anno legale 2014, sono state somministrate 2.096 schede di fine percorso per valutarne la soddisfazione; di queste, su un campione "focus alta stagione" (8/4/2014 - 16/9/2014) sono stati l'80% i commenti positivi e circa il 19% quelli negativi.

GESTIONE DEI RECLAMI E DELLE SEGNALAZIONI

Nel periodo dal 15 dicembre 2013 al 9 dicembre 2014, su un totale di circa 1.400 segnalazioni raccolte, circa il 63% proviene dai commenti lasciati dai visitatori sul modulo di Customer Satisfaction di fine percorso mentre il 36,5% dal mondo dei *social network*.

Le principali carenze rilevate riguardano il prezzo del biglietto giudicato troppo elevato (22%), le indicazioni lungo il percorso di visita considerate non sufficientemente chiare (17%) e lo stato della struttura, che il 13% dei visitatori segnala come migliorabile in termini di pulizia e manutenzione.

In aggiunta a queste, i reclami provenienti dai visitatori dell'Acquario di Genova tramite mail, fax, posta o apposito modulo sul Percorso sono stati 44 di cui circa il 23% relativi alla scarsità di informazioni lungo il percorso di visita, l'11% a problematiche legate alla prenotazione dei biglietti *on-line* e il 9% alla poca sicurezza del parcheggio. A questi l'azienda ha dato risposta entro una media di 18 giorni dal ricevimento e, come da procedura aziendale dedicata, si è impegnata nella loro risoluzione attraverso azioni fattive di miglioramento che hanno portato, in alcuni casi, all'implementazione di veri e propri interventi strutturali, divenuti poi parte del capitale aziendale. Tra i più significativi, l'introduzione della lettura *QR Code* per facilitare l'accesso alle casse, la possibilità di prenotare i biglietti *on-line* fino al giorno stesso della visita e il rifacimento della segnaletica del percorso nonché, a breve, dell'intera pannellistica, solo per citarne alcuni.

È presente infine un "Comitato analisi lamentele visitatori" che si riunisce mensilmente per stabilire le azioni da intraprendere a seguito dei reclami ricevuti e per monitorarne il grado di attuazione.

VALUTAZIONE DELL'EFFICACIA EDUCATIVA

Nel corso del 2014 è stata effettuata un'indagine sui clienti per rilevare l'efficacia educativa della visita all'Acquario di Genova.

Sono stati distribuiti circa 550 questionari e i risultati hanno in luce alcuni elementi generali e alcune specificità.

L'Acquario è certamente percepito come un buon mix di divertimento ed educazione, che passa attraverso informazioni, conoscenza, scoperta, emozioni.

La conoscenza sembra soddisfatta sul fronte delle informazioni e curiosità legate agli animali e alla natura.

La dimensione educativa emerge anche nelle molteplici

dichiarazioni degli intervistati rispetto all'assunzione di nuovi comportamenti rispettosi dell'ambiente.

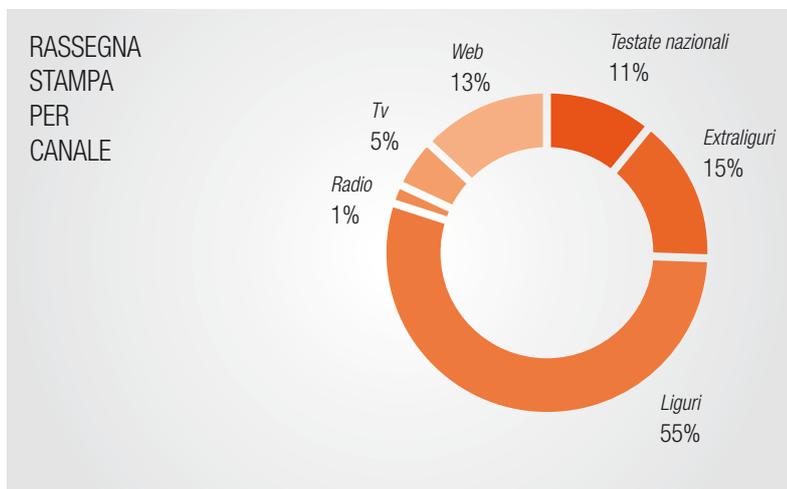
L'impegno sul trasferimento di informazioni appare meno evidente rispetto alle attività di approfondimento promosse dall'Acquario: oltre il 40% dichiara di non essere stato informato, il 13% in modo parziale e quasi un quarto dichiara "abbastanza".

Va chiarito che oltre il 59% dei visitatori intervistati ha visitato l'Acquario per la prima volta; tale dato potrebbe incidere sull'acquisizione di informazioni e, a maggior ragione, sulla propensione a cambiare alcuni comportamenti rispetto all'ambiente.

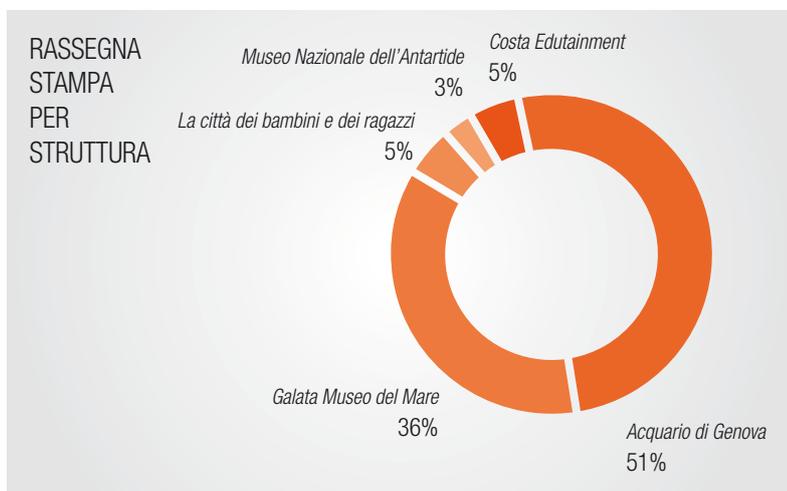
Anche la dimensione dell'età va intesa come variabile utile ad approfondire l'analisi dei dati.

REPUTAZIONE

La rassegna stampa 2014 vede l'uscita di circa 4850 articoli, su diversi media, locali e nazionali.



Di questi, la fetta più grande è rappresentata dalle testate liguri, seguite da quelle extraliguri e dal web. In particolare, oltre la metà delle uscite ha riguardato la struttura dell'Acquario di Genova, che si conferma la realtà al centro dell'attenzione mediatica e il 36% il Galata Museo del Mare.



Infine sono stati oltre 500 gli articoli locali e nazionali dedicati alle attività di animazione e alle iniziative speciali dell'Acquario di Genova, del Galata Museo del Mare e del Museo Nazionale dell'Antartide.

Continuo il monitoraggio della *reputation on-line* che presenta al 31/10/2014 i seguenti dati:

- **Facebook:** Acquario di Genova 48.008 "mi piace" con un incremento annuale pari al 107%, votazione 4,3 su 5 stelle su 13.0000 recensioni
- **Twitter:** Acquario Village "794 follower" con un incremento annuale pari al 57%
- **You Tube** di Acquario Village : circa 200 iscritti, circa 46.000 visualizzazioni
- **Trip Advisor:** 3.533 recensioni con punteggio medio 4 su 5 stelle.



COSTA EDUTAINMENT E EXPO 2015

In vista di EXPO 2015 “Nutrire il pianeta, energia per la vita”, Costa Edutainment ha messo a punto un progetto di rilevanza nazionale dedicato alle scuole sul tema dell’uso sostenibile delle risorse marine.

Il progetto ruota intorno ad un gioco da tavolo che ha lo scopo di stimolare il cambiamento delle abitudini alimentari delle nuove generazioni aumentando la conoscenza e l’apprezzamento di specie ittiche usualmente trascurate rispetto a quelle sovrasfruttate.

Nel 2014 si è conclusa la fase di progettazione complessiva e di realizzazione del gioco, prodotto in 800 copie. L’intero progetto si concluderà l’8 giugno 2015, Giornata Mondiale degli Oceani con la premiazione delle classi vincitrici del concorso nazionale.



SVILUPPO COMMERCIALE

Nel 2014 la politica commerciale aziendale si è concentrata sull’ampliamento della clientela, in particolare quella relativa al segmento giovani e stranieri. In questo senso, le azioni messe in campo sono state orientate alla creazione di nuovi canali che potessero essere una vetrina per l’azienda in mercati non ancora esplorati, come quello russo e tedesco.

In particolare, il 2014 ha visto la partecipazione di Costa Edutainment alle seguenti fiere estere del turismo:

- Mitt – Russia – Fiera del turismo della Russia. Circa 37.500 partecipanti, di cui 74% operatori
- ITB – Berlino – Fiera internazionale del turismo. 10.000 exhibitors, 110.000 operatori (visitatori), 50.000 privati
- RDA – Colonia – Fiera/workshop sul turismo “su gomma” ovvero Bus Operator. 180.000 partecipanti, di cui 150.000 operatori (39% tedeschi, 61% esterni)
- WTM – Londra – World Travel Market. 50.000 partecipanti, di cui 22.000 operatori

- Workshop Meeting Suisse – Svizzera – Agenti del Canton Ticino - circa 100 visitatori, 65 aziende.

A livello nazionale, numerosi sono stati i momenti di incontro con il mercato, sia *business to business* che *business to consumer*: turismo vacanziero, scolastico, religioso, parchi scientifici, città d’arte e altri ancora. Tra i più significativi:

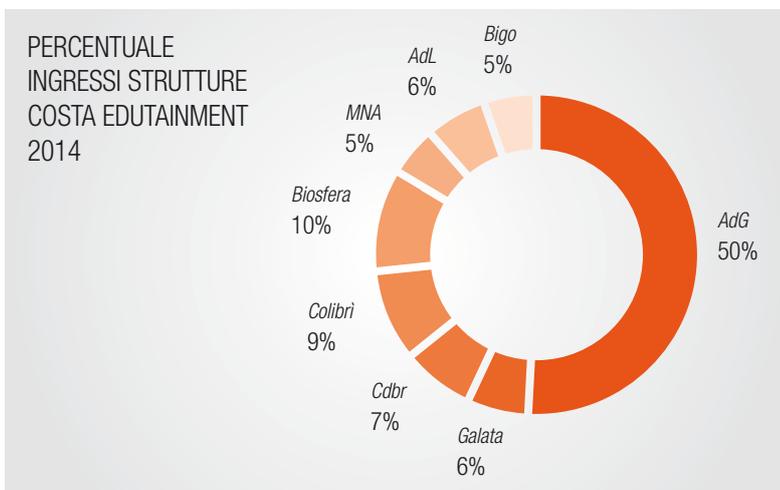
- BIT Borsa Italiana del Turismo, Milano – 62.170 persone tra cui *buyer* ed espositori internazionali
- BMT Borsa Mediterranea del Turismo, Napoli – 20.179 presenze professionali tra cui 450 espositori e 250 *buyer* internazionali, 500 operatori della domanda nazionale
- No Frills, Bergamo – 11.489 operatori tra cui 8158 visitatori e 3331 espositori
- TTG Fiera del Turismo, Rimini - 60.158 presenze totali tra cui 2480 espositori e 36.554 visitatori

Il sistema di partnership commerciali di Costa Edutainment è composto di importanti soggetti del mondo della grande distribuzione (Esselunga, Coop e

Unicoop, Il Gigante, ecc.), dell'energia (Iren, Agip, Total Erg, Hager), della finanza (Cartasi, American Express, BCC), dell'alimentare (Latte Oro, Perfetti, ecc.), e altri (Vodafone, Cartoshop, ecc.) con i quali nel corso del 2014 sono state condotte campagne di fidelizzazione.

Circa 50.000, inoltre, sono stati gli ingressi provenienti dal mondo delle promozioni *on-line*, ovvero Groupon, Groupalia, Glamoo, Let's Bonus, Divertiviaggi e altri ancora.

Le strutture di Costa Edutainment hanno registrato complessivamente circa 2.200.000 ingressi, suddivisi come rappresentato nel grafico sottostante.



In particolare, per quanto riguarda l'Acquario di Genova, la tabella evidenzia le percentuali di ingressi e ricavi (tra novembre 2013 e ottobre 2014) per i principali target di clientela.

	RIDOTTI-ADULTI					INCOMING		INCOMING
	OVER 65	ADULTI	RAGAZZI	GRATUITI	PROMOZIONI	GRUPPI	SCUOLE	INTERNET
% ingressi	0,9%	41,4%	10,8%	6,2%	15,4%	12,4%	6,0%	6,9%
% ricavi	1,1%	60,7%	9,9%	0,0%	12,2%	6,9%	2,7%	6,6%

CAPITALE NATURALE

TUTELA AMBIENTALE

Nel corso del 2014 sono stati sviluppati tre importanti progetti di ricerca scientifica a sostegno dell'ambiente naturale. Costa Edutainment si posiziona da sempre come un'azienda vocata all'eccellenza scientifica, riconosciuta a livello nazionale e internazionale. La tutela del capitale naturale rappresenta, di conseguenza, uno dei principali obiettivi capace di generare valore soprattutto nel medio-lungo periodo.

La peculiarità di alcune strutture di Costa Edutainment, come l'Acquario di Genova e quello di Livorno, per esempio, fa sì che venga posta verso il capitale naturale un'attenzione ancor più particolare, in quanto l'interazione tra gli animali e l'organizzazione stessa è costante e significativa. Ne è dimostrazione l'impegno continuo a garantire elevati standard di benessere agli animali ospiti delle strutture.

Nell'ambito di alcuni progetti finanziati, sia dalla Comunità Europea che da Fondazioni private, Costa Edutainment ha svolto numerose azioni di divulgazione e di educazione sui temi del consumo sostenibile delle risorse ittiche, della gestione e della conservazione degli ambienti marini, dello studio delle popolazioni di Cetacei del Mar Ligure e della salvaguardia delle tartarughe palustri autoctone.

- PROGETTO LIFEEMYS FINANZIATO DA LIFE+

Il progetto Lifeemys, svolto in collaborazione con Distav, Arpal, Ente Parco di Montemarcello-Magra, Società Zoologica di Pistoia e di cui Costa Edutainment è capofila, ha come obiettivo la salvaguardia della testuggine autoctona *Emys orbicularis ingauna*, attraverso le seguenti azioni:

- cattura delle specie aliene, che verranno ospitate in un grande stagno creato apposta per loro al giardino zoologico di Pistoia
- allevamento presso il "Centro Emys" di Albenga e l'Acquario di Genova di nuovi esemplari, che verranno rilasciati nelle aree di intervento
- miglioramento dell'habitat, tramite la creazione di nuove aree dove le testuggini europee possano deporre le uova e stazionare fuori dall'acqua
- valutazione dell'impatto sanitario e ambientale prima e dopo il ripopolamento
- attività di informazione e sensibilizzazione verso il grande pubblico sull'importanza di evitare il rilascio in natura di specie aliene, che possono compromettere gli ecosistemi delle zone umide.

Nel corso del 2014 sono stati catturati 169 individui di testuggini alloctone, nella Piana di Albenga e nell'area del fiume Magra, e rilasciati 35 esemplari di *Emys orbicularis ingauna*, negli ambienti ripristinati della Piana di Albenga, per un totale di 100 individui rilasciati dall'inizio del progetto.

- PROGETTO WHALE SAFE (FINANZIATO DA LIFE+)

A ottobre 2014 è partito il progetto Whale Safe Cofinanziato dal programma Life+ della Commissione Europea che vede come partner UNIGE (coordinatore - dipartimento di fisica e DISTAV), Costa Edutainment, Capitaneria di Porto di Savona e Softeco. Il progetto si concluderà a settembre 2017.

Obiettivo del progetto è migliorare lo stato di conservazione del capodoglio (*Physeter macrocephalus*) nella zona antistante il porto di Savona), come specie che necessita una protezione rigorosa.

Il progetto implementerà un sistema in grado di rilevare e monitorare i capodogli, identificare le minacce e prevenire collisioni ed altri rischi mediante l'emissione di messaggi di avviso in tempo reale alle navi nella zona. Sarà inoltre sviluppato un protocollo di condotta per ridurre i rischi di disturbo e di collisione in collaborazione con la Guardia Costiera del porto di Savona.

Costa Edutainment è responsabile delle azioni di comunicazione: creazione del logo, questionario da somministrare ai crocieristi, exhibit sulle navi, realizzazione di video, Organizzazione di attività educative a bordo delle navi ed esposizione di pannelli educativi e altri.

Nel 2014 è stato creato il logo del progetto ed è stata organizzata la conferenza stampa di lancio del progetto stesso.

- PROGETTO SEA FOR SOCIETY (SFS)

Il progetto, iniziato nel giugno 2012 e la conclusione è prevista per il 30 novembre 2015, riunisce 20 partner di 10 Paesi in rappresentanza di istituti di ricerca sul mare, agenzie di finanziamento, musei scientifici e acquari, organizzazioni della Società Civile (CSO), istituti di istruzione superiore e reti di imprese con l'obiettivo di coinvolgere tutte le parti interessate in un dialogo aperto e partecipativo, per condividere conoscenze, stringere rapporti di cooperazione e coinvolgere i vari attori su questioni sociali legate agli Oceani.

In tal modo, il progetto si propone di sviluppare e arricchire il concetto di "Blue Society", preparando allo stesso tempo meccanismi di cooperazione.

Le attività svolte nel 2014 sono le seguenti:

- Organizzazione di una consultazione con gli *stakeholder* sul tema dell'energia che ha coinvolto 13 professionisti di vari settori
- Partecipazione alle riunioni di coordinamento e creazione del piano di mobilitazione
- Organizzazione della prima azione del piano di mobilitazione: un concorso rivolto alle scuole sul tema del consumo sostenibile delle risorse ittiche.

- MR. GOODFISH

Obiettivo della campagna finanziata al 100% dalla OAK Foundation è la sensibilizzazione ad adottare abitudini di consumo che contribuiscano a utilizzare in modo più razionale e sostenibile le risorse della pesca. La campagna ha coinvolto l'intera filiera ittica, dai pescatori, ai grossisti, ai dettaglianti fino ai ristoratori e ai consumatori.

Tra le principali azioni svolte da Costa Edutainment sono stati realizzati materiali divulgativi con le buone pratiche di acquisto e consumo di pesce e le liste stagionali delle specie sostenibili, la distribuzione di kit didattici per le scuole, una mostra fotografica itinerante, la realizzazione di una pubblicazione monografica e di un video promozionale e varie attività tematiche presso l'Acquario di Genova e non solo, in cui i partecipanti hanno potuto conoscere, riconoscere e preparare le specie sostenibili.

- PROGETTO DELFINI METROPOLITANI

Nato nel gennaio del 2001, il progetto Delfini Metropolitan ha l'obiettivo di studiare la presenza e le abitudini dei delfini costieri e i loro rapporti con le attività dell'uomo. L'area di studio di Delfini Metropolitan si estende lungo le coste della Liguria orientale, tra Genova e La Spezia, ma il progetto partecipa a una rete di collaborazioni tra enti che copre tutto il Santuario Pelagos. I ricercatori del progetto Delfini Metropolitan sono costantemente impegnati nel confronto dei dati raccolti lungo la costa ligure con quelli di altri enti che operano all'interno del Santuario Pelagos, con l'obiettivo di comporre un quadro più ampio e completo possibile sullo stato del tursiopo in quest'area. Nel corso del 2014 sono state effettuate in tutto 105 uscite di rilevamento e 194 avvistamenti. Tutti i dati raccolti sono stati caricati e condivisi sulla piattaforma Intercet.

- ACUSTICA DELFINI

In occasione delle nascite di esemplari di delfini (*Tursiops truncatus*) presso le strutture dell'Acquario di Genova e del Parco Oltremare (non oggetto di questo report), è stata attivata nel corso del 2014, in collaborazione con l'Università degli studi di Torino, Dipartimento di Scienze della Vita e Biologia dei Sistemi, una ricerca sullo sviluppo ontogenetico dei segnali di riconoscimento individuali in questa specie.

Nel 2012, è stato rinnovato il protocollo di Intesa con il Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca che vede l'Acquario di Genova e le altre strutture del network inserite tra le principali strutture a livello nazionale per la promozione e valorizzazione dell'educazione ambientale all'interno del processo educativo dei giovani nei vari ordini e gradi di istruzione a livello nazionale.

Nell'ottica della promozione e valorizzazione della sostenibilità, delle risorse naturali e dell'integrazione con il territorio, Costa Edutainment insieme a Incoming Liguria collabora attivamente con il parco Regionale di Portofino (in ATI con Dafne), per la gestione dei servizi di fruizione turistica ed educativa del Parco e dell'Area Marina Protetta di Portofino.

Nel 2014 il settore veterinario di Costa Edutainment ha sviluppato i protocolli operativi di gestione e raccolta dati per il monitoraggio delle gravidanze lamantini e delfini (sia per l'acquario di Genova che il parco Oltremare) e per la gestione dei cuccioli.

Dal punto di vista epidemiologico, è stato compilato un documento per l'analisi del rischio epidemiologico nella liberazione di esemplari di *Emys orbicularis ingauna* nell'ambito del progetto finanziato LIFEEMYS. È stato inoltre allestito un impianto di vasche curatoriali per ingrandire gli spazi dedicati all'allevamento di cuccioli di *Emys orbicularis ingauna* riprodotti presso il Centro Emys di Albenga e destinati ad essere successivamente liberati nelle aree identificate per il progetto.

Inoltre, coerentemente con la volontà di diffondere la cultura della bioetica all'interno e all'esterno dell'azienda, Costa Edutainment ha supportato con il proprio contributo, economico e di formazione agli iscritti, la realizzazione del secondo "Corso di alta formazione in bioetica, benessere animale e medicina veterinaria", organizzato dall'Università di Padova da maggio a novembre 2014. Nel corso dello stesso anno, l'Acquario di Genova ha ospitato il Corso di Alta Formazione "I cetacei del Mediterraneo: conservazione e gestione integrata" (Università di Padova) e nel novembre 2014, il Comitato scientifico e Tecnico del Santuario Pelagos.

Infine, l'Acquario di Genova è membro del Comitato European Endangered Species Programme (EEP) dell'European Association of Zoos and Aquaria (EAZA) e sta lavorando alla stesura delle *acquisition/disposition policy* per zoo e acquari che verranno implementate anche all'Acquario di Genova.

FOCA MONACA

L'Acquario di Genova, oltre a svolgere un'opera di sensibilizzazione si adopera anche nella raccolta di fondi per progetti di conservazione in situ. In particolare, da 6 anni, raccoglie circa 10.000 euro/anno per il progetto MOM che si occupa in Grecia della tutela della Foca

Monaca, attualmente il mammifero acquatico più minacciato in Europa. Questi fondi vengono trasferiti all'associazione, che li impiega nella gestione dei cuccioli e nel monitoraggio delle spiagge del Peloponneso e l'azienda ne riceve un report annuale.

CONSUMI

Sul fronte dei consumi sono state considerate le strutture dell'Acquario di Genova e dell'Acquario di Livorno all'interno dell'anno fiscale. Sono attivi sistematicamente programmi ed interventi per un uso più razionale delle risorse energetiche al fine di ridurre gli impatti in termini ambientali ed economici.

- Energia elettrica

Acquario di Genova: 16.209.838 KWh

Acquario di Livorno: 1.618.653 KWh

- Consumo di acqua

Acquario di Genova: 89.701 metri cubi (non sono contabilizzati i mesi di settembre e ottobre 2014)

Per quanto riguarda l'Acquario di Livorno i consumi d'acqua non risultano significativi, in quanto tutte le vasche sono alimentate da acqua marina attraverso un sistema di presa a mare che copre il 100% del fabbisogno. Gli unici consumi sono quelli relativi all'acqua sanitaria e pertanto irrilevanti.

- Consumo di gas

Acquario di Genova: 77.584 metri cubi

Acquario di Livorno: 23.518 metri cubi (non sono contabilizzati i mesi di settembre e ottobre 2014)

Nel corso dell'anno è stato avviato un progetto interno finalizzato al risparmio idrico dell'Acquario di Genova: in seguito alla fase di studio, a partire dal mese di ottobre 2014 sono state applicate le nuove variazioni tecniche e procedurali che dovrebbero portare, nel corso del 2015, ad un risparmio atteso del 25% sul consumo idrico della struttura, pari a circa 75.000 euro annuali.



G PROSPETTIVE

PROSPETTIVE

Allo stato attuale, una riflessione sulle prospettive future non può prescindere dalla necessità di guardare oltre il perimetro di rendicontazione di questo report, che ha visto come protagonista assoluta Costa Edutainment S.p.A. nell'anno fiscale 2014.

Tra gli ultimi mesi del 2013 e l'inizio del 2014, infatti, Costa Edutainment, coerentemente con la strategia di sviluppo della propria leadership nazionale nell'*edutainment*, ha perfezionato, attraverso la controllata Parconavi S.p.A. (l'attuale Costa Parchi S.p.A.), l'acquisizione della gestione di tre importanti parchi della riviera romagnola (Oltremare, Aquafan di Riccione e Italia in Miniatura), arrivando così ad un sostanziale raddoppio della dimensione del proprio business.

L'esercizio sociale 2013-2014 ha rappresentato una fase preliminare in cui le nuove strutture hanno operato nell'ambito della gestione della controllata Costa Parchi S.p.A., avviando un'azione di coordinamento e parziale integrazione della gestione di tutti i parchi presenti lungo la Riviera.

In questo senso, pertanto, la principale direttiva strategica da perseguire nel corso del 2015 consisterà nel portare a regime il processo di integrazione fra le strutture di Costa Edutainment e quelle di Costa Parchi. A supporto di questa linea, si delineano due macro-azioni:

- La realizzazione di una piattaforma organizzativa per la condivisione di *best practice*, funzioni e competenze aziendali, e la ricerca di sinergie di Gruppo in termini di costi e ricavi
- L'implementazione di azioni strategiche volte al raggiungimento del "*full potential*" di ogni struttura del Gruppo.

A corollario di ciò, si prevede di realizzare, a partire dal 2015, una serie di iniziative che impatteranno fortemente, oltre che sul capitale finanziario, come prevedibile, anche su quello organizzativo, umano, produttivo e relazionale/sociale, tra cui:

- la promozione tra i dipendenti di una cultura di Gruppo
- l'applicazione a livello di Gruppo della stessa concezione del rapporto tra comunità locale e impresa

che da sempre ha caratterizzato l'agire di Costa Edutainment

- la maggiore caratterizzazione "*edutainment*" delle strutture della riviera romagnola
- un'intensa attività di comunicazione di Gruppo finalizzata ad evidenziare il ruolo scientifico e di tutela dell'ambiente da sempre ricoperto
- lo studio e la progettazione di innovazioni per il risparmio energetico in tutte le strutture
- una rendicontazione integrata che consideri la visione unitaria del complesso delle attività del Gruppo.

Il report integrato 2014 rappresenta l'espressione del primo percorso di reporting integrato di Costa Edutainment. È da intendersi non tanto come punto di arrivo ma come avvio di un percorso di reporting, quello che si concluderà alla fine dell'esercizio 2015, più consapevole ed esaustivo a tutti i livelli e orientato alla massima *disclosure*, sempre più focalizzata sui temi strategici e condivisa con gli *stakeholder*.



Realizzato in collaborazione con



www.mixura.com

Stampato su carta ecologica



www.stp.de/en

COSTA EDUTAINMENT S.P.A.
AREA PORTO ANTICO,
PONTE SPINOLA 16128 GENOVA

WWW.COSTAEDUTAINMENT.IT