

Conto economico – Triennale servizi s.r.l. e Museo del Design*(in euro)*

	Triennale Servizi s.r.l.			Museo del design	
	2008	2009	2010	2009	2010
A) VALORE DELLA PRODUZIONE					
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	5.091.346	5.970.094	7.698.864	-	1.258
Variazioni alle rimanenze	8.547	-15.507	314	-	0
Altri ricavi e proventi	4.739.997	1.195.290	670.584	5.000	2.449.820
Totale valore della produzione (A)	9.839.890	7.149.877	8.369.762	5.000	2.451.078
B) COSTI DELLA PRODUZIONE					
per materie prime, sussidiarie, di consumo e di merci	44.636	35.490	45.258	-	1.536
per servizi	8.905.052	6.709.155	7.243.339	3.478	1.938.776
per godimento beni di terzi (locazioni)	279.608	217.721	243.211	-	125.000
per il personale	281.426	339.122	312.808	-	369.837
Ammortamenti e svalutazioni	250.143	253.827	193.661	290	1.213
Accantonamenti per rischi	39.598	19.517	12.427	-	0
Oneri diversi di gestione	36.340	48.759	52.239	-	1.151
Totale costi della produzione (B)	9.836.803	7.623.591	8.102.943	3.768	2.437.513
DIFFERENZA TRA VALORE E COSTI DELLA PRODUZIONE (A - B)	3.087	-473.714	266.819	1.232	13.565
C) PROVENTI E ONERI FINANZIARI	5.159	-7.715	-14.914	729	-125
E) PROVENTI E ONERI STRAORDINARI	-3.792	-1.982.412	-212.930	-	-4.701
Risultato prima delle imposte	4.454	-2.463.841	38.975	1.961	8.739
Imposte dell'esercizio	-30.276	-10.450	36.624	-	6.183
Avanzo/Disavanzo economico	-25.822	-2.453.391	2.351	1.961	2.556

La Triennale Servizi s.r.l. chiude l'esercizio 2010 con un avanzo economico di € 2.351 (- 2.453.391 euro nel 2009); la fondazione Museo del Design con un avanzo di € 2.556 (€ 1.961 nel 2009).

10. Scritture contabili "aggregate"

Di seguito si riportano i prospetti dello stato patrimoniale e del conto economico nei quali la Triennale dal 2007 al 2010 aggrega i propri dati contabili con quelli della società *in house* e della fondazione.

Stato patrimoniale aggregato (Triennale – Triennale servizi s.r.l. - Museo del design)

(in euro)

	2007	2008	2009	2010	Variaz. % 2009/2010
Attivo					
B) Immobilizzazioni					
Immobilizzazioni immateriali	6.121.360	6.754.778	6.616.926	7.179.244	8,5
Immobilizzazioni materiali	4.086.737	3.734.169	4.282.223	4.407.121	2,9
Immobilizzazioni finanziarie					
- partecipazioni in imprese controllate	0	774.690	0	0	
- crediti	248.278	251.132	283.834	319.142	12,4
Totale Immobilizzazioni finanziarie	248.278	1.025.822	283.834	319.142	12,4
Totale immobilizzazioni	10.456.375	11.514.769	11.182.983	11.905.507	6,5
C) Attivo circolante					
Rimanenze	90.787	59.736	26.218	18.802	-28,3
Crediti:					
- verso clienti	1.867.432	1.293.759	1.499.963	2.250.422	50,0
- tributari	411.446	403.400	247.353	416.366	68,3
- imposte anticipate	8.130	0	13.319	8.443	-36,6
- verso altri	1.196.824	4.570.700	4.426.948	5.426.964	22,6
Totale crediti	3.483.832	6.267.859	6.187.583	8.102.195	30,9
Disponibilità liquide:					
Depositi bancari e postali	1.561.669	560.434	540.050	493.112	-8,7
Assegni	10.000	14.000	12.000	16.000	33,3
Denaro e valori in cassa	97.165	15.538	35.218	8.566	-75,7
Totale disponibilità liquide	1.668.834	589.972	587.268	517.678	-11,8
Totale attivo circolante	5.243.453	6.917.567	6.801.069	8.638.675	27,0
F) Ratei e risconti	2.136.315	1.037.658	526.794	518.906	-1,5
TOTALE ATTIVO	17.836.143	19.469.994	18.510.846	21.063.088	13,8
Passivo					
A) Patrimonio netto					
- Patrimonio disponibile	2.229.278	2.821.726	2.822.821	2.827.267	0,2
- Patrimonio indisponibile (donazione)	0	100.000	100.000	400.000	300,0
- Patrimonio indisponibile (collezione Museo)	577.239	0	252.741	252.741	0,0
- Altre riserve – adeguamento partecipazioni	5.736	8.314	-223.735	318.696	-242,4
- Utile d'esercizio consolidato	3.763	0	4.447	0	-100,0
- Perdita d'esercizio consolidata	0	-7.219	0	-1.306.185	
Totale patrimonio netto	2.816.016	2.922.821	2.956.274	2.492.519	-15,7
C) Fondi per rischi ed oneri					
Per altri rischi ed oneri futuri	15.000	15.000	75.000	87.264	16,4
Totale fondi rischi ed oneri	15.000	15.000	75.000	87.264	16,4
D) Trattamento di fine rapporto di lavoro	295.827	350.257	373.279	384.613	3,0
E) Debiti					
Verso le banche	1.543.825	2.643.473	2.842.566	4.186.869	47,3
Debiti v.so finanziatori	0	0	0	24.030	
Acconti	790	18.105	185	125	-32,4
debiti v.so fornitori	8.740.527	8.897.042	7.386.514	9.607.210	30,1
debiti v.so imprese controllate	0	100.000	0	0	
debiti tributari	92.127	99.358	101.819	80.573	-20,9
debiti verso istituti di previdenza e sicurezza	56.513	68.454	72.115	68.874	-4,5
Altri debiti	297.102	225.279	243.693	355.958	46,1
Totale debiti	10.730.884	12.051.711	10.646.892	14.323.639	34,5
F) Ratei e risconti	3.978.416	4.130.205	4.459.401	3.775.053	-15,3
TOTALE PASSIVO	15.020.127	16.547.173	15.554.572	18.570.569	19,4
TOTALE PASSIVO E PATRIMONIO NETTO	17.836.143	19.469.994	18.510.846	21.063.088	13,8
TOTALE PASSIVO E PATRIMONIO NETTO	17.836.143	19.469.994	18.510.846	21.063.088	13,8

Dallo stato patrimoniale redatto dalla Triennale in forma aggregata emerge che nel 2010, rispetto all'esercizio precedente, il sistema Triennale registra una riduzione del patrimonio netto del 15,7% essendo passato da € 2.956.274 a € 2.492.519 attribuibile alla perdita d'esercizio superiore all'incremento delle altre voci del patrimonio.

Conto economico aggregato (Triennale - Triennale servizi s.r.l. - Museo del design)

(in euro)

	2007	2008	2009	2010	Variaz. % 2009/2010
A) VALORE DELLA PRODUZIONE					
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	6.970.069	4.642.101	5.653.693	5.517.393	-2,4
Variazioni alle rimanenze	59.876	8.547	-15.507	314	-102,0
Altri ricavi e proventi	6.986.219	9.964.735	6.416.403	6.569.917	2,4
Totale valore della produzione (A)	14.016.164	14.615.383	12.054.589	12.087.624	0,3
B) COSTI DELLA PRODUZIONE					
per materie prime, sussidiarie, di consumo e di merci	170.428	129.054	107.894	98.556	-8,7
per servizi	11.117.336	11.566.389	8.626.844	9.092.839	5,4
per godimento beni di terzi (locazioni)	240.782	429.747	368.371	406.594	10,4
per il personale	967.715	1.078.446	1.382.271	1.410.239	2,0
Ammortamenti e svalutazioni	762.713	919.075	991.972	1.101.013	11,0
Accantonamenti per rischi	851	39.598	19.517	12.427	-36,3
Oneri diversi di gestione	692.845	387.587	354.991	3.340	-99,1
Totale costi della produzione (B)	13.952.670	14.549.896	11.851.860	12.952.359	9,3
DIFFERENZA TRA VALORE E COSTI DELLA PRODUZIONE (A - B)	63.494	65.487	202.729	-864.735	-526,5
C) PROVENTI E ONERI FINANZIARI	-70.919	-110.465	-152.046	-136.375	-10,3
E) PROVENTI E ONERI STRAORDINARI	153.662	109.065	20.147	-241.073	-1.296,6
Risultato prima delle imposte	146.237	64.087	70.830	-1.242.183	-1.853,8
Imposte dell'esercizio	142.474	71.306	66.383	64.002	-3,6
Avanzo/Disavanzo economico	3.763	-7.219	4.447	-1.306.185	-29.472,3

Dai dati aggregati emerge che il conto economico della Triennale chiude l'esercizio 2010 con un disavanzo di € 1.306.185.

Dallo stato patrimoniale e dal conto economico redatti in forma "aggregata" emerge che il "sistema Triennale" presenta una situazione finanziaria ed economico-patrimoniale con elementi di criticità determinati anche dall'andamento dei flussi finanziari che intercorrono tra La Triennale, la società controllata e la fondazione. Tale situazione richiede un costante monitoraggio della situazione creditizia dalla cui evoluzione dipende il livello di indebitamento bancario (nel 2010 incrementatosi del 47,3%).

11. Considerazioni conclusive

La Triennale di Milano - istituita con l'obiettivo di promuovere forme di interazione tra industria, mondo produttivo e arti applicate - nel 1999 è stata trasformata in fondazione di diritto privato e in tale occasione l'ambito delle attività svolte è stato aperto a nuovi settori (esposizioni nell'ambito dell'architettura, dell'urbanistica delle arti decorative e visive, del design, dell'artigianato della produzione industriale, della moda e della comunicazione audiovisiva).

La Triennale è soggetta alla vigilanza del Ministero per i beni e le attività culturali dal quale riceve un contributo annuale.

Per lo svolgimento delle proprie finalità La Triennale dal 2002 si avvale della *società in house Triennale Servizi s.r.l.* (interamente partecipata dalla Triennale) e dal 2009 della fondazione *Museo del Design* (alla quale nel 2010 hanno aderito la regione Lombardia, il comune di Milano, la Camera di commercio di Milano e la Banca Popolare di Milano).

Nel 2010 la Triennale ha risentito non solo degli effetti della crisi economica, comuni a tutte le istituzioni culturali, ma anche di alcune evenienze negative quali il venir meno dell'apporto finanziario della provincia di Milano (516.000 euro) e di quello causato dal mancato rispetto da parte del comune di Incheon dell'accordo stipulato con il comune di Milano.

Nel 2010 la situazione economico-patrimoniale della Triennale presenta i seguenti risultati:

Patrimonio netto	€ 1.916.566 (€ 2.925.307 nel 2009)
Disavanzo economico	€ 1.311.092 (€ 2.486 nel 2009)

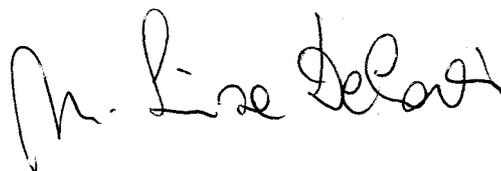
La riduzione del patrimonio netto e la perdita d'esercizio sono attribuibili ad una serie di fattori essenzialmente riconducibili al fatto che la crescita del valore della produzione (13% circa) è significativamente inferiore all'aumento registrato dai costi della produzione (47% circa). In particolare, nell'ambito dei costi della produzione la voce "servizi" registra un incremento dell'80,3% passando da € 3.703.133 a € 6.677.975.

Inoltre la situazione debitoria registra un sostanziale peggioramento essendo passata da € 8.089.379 a € 12.329.012 (52,4%) per effetto dell'aumento dei debiti verso le banche e verso la società controllata e la fondazione.

Tale situazione, come peraltro ha più volte rilevato anche il Collegio dei revisori, richiede l'adozione da parte della Triennale di misure tempestive ed efficaci per evitarne il cronicizzarsi e soprattutto per evitare l'applicazione dell'art. 15, comma 1-bis, del d.l. n. 98/2011 convertito nella l. 111/2011 il quale prevede che *"nei casi in cui il bilancio di un ente sottoposto alla vigilanza dello Stato... presenti una situazione di disavanzo di competenza per due esercizi consecutivi, i relativi organi, ad eccezione del collegio dei revisori o sindacale, decadono ed è nominato un commissario ad acta..."*.

Dallo stato patrimoniale e dal conto economico redatti in forma "aggregata" emerge che il *"sistema Triennale"* nel 2010 registra i seguenti risultati:

Patrimonio netto	€ 2.492.519 (€ 2.956.274 nel 2009);
Disavanzo economico	€ 1.306.185 (€ 4.447 nel 2009).



PAGINA BIANCA

FONDAZIONE «LA TRIENNALE DI MILANO»

ESERCIZIO 2010

PAGINA BIANCA

RELAZIONE DEL C.D.A.

PAGINA BIANCA

RELAZIONE AL BILANCIO DI ESERCIZIO 2010

La Triennale di Milano nel 2010.

Il 2010 è stato un anno caratterizzato dal permanere della crisi economica internazionale che ha avuto notevoli influenze anche in ambito culturale per le scelte di tipo restrittivo che tutte le istituzioni culturali hanno dovuto affrontare.

Ciò ha avuto riflessi sia sul conto economico, sia per la possibilità di sviluppare una programmazione culturale adeguata al ruolo e alle attese del pubblico della Triennale.

Inoltre, questa situazione ha provocato una temporanea interruzione dei processi di internazionalizzazione delle attività, che erano state impostate negli anni precedenti, ma che rimangono sempre negli obiettivi della nostra Fondazione.

Con la scelta di articolare la Triennale su vari soggetti, dalla Triennale di Milano Servizi srl per le attività economiche alla Fondazione Museo del Design per le iniziative legate al design, risulta più evidente la strategia concepita in questi anni di chiarezza amministrativa e di coinvolgimento sempre maggiore di partner privati nella vita di una Istituzione sempre più integrata con la realtà sociale ed economica in cui opera.

Infatti, accanto ai soci pubblici, la Fondazione Museo del Design ha aggregato soci privati come la Banca Popolare di Milano (nel 2010) e Mini Bmw (2011) che la rafforzano non solo dal punto di vista economico ma anche nella sua attività quotidiana.



Questa apertura al mondo privato ha permesso alla Triennale di continuare negli investimenti nella struttura, come ad esempio nella realizzazione dei nuovi bagni nell'Atrio di ingresso (grazie alla società Boffi e ai suoi partner), che si avvia ad essere completamente ristrutturata secondo il progetto originario di Giovanni Muzio fortemente rimaneggiato nel passato.

Fra gli interventi di restauro realizzati nel 2010 va evidenziato il recupero dell'ex Impluvium, destinato agli uffici del Triennale Design Museum, con il progetto di Michele De Lucchi grazie al contributo determinante della Regione Lombardia e di numerose imprese private.

Nel frattempo è stato avviato l'intervento volto a far ritornare il Teatro dell'Arte, ora nuovamente nella disponibilità della Triennale, nel "cuore" del Palazzo dell'Arte rompendo la barriera che artificiosamente era stata costruita nei decenni scorsi.



Fra le iniziative annunciate nel 2009 che hanno trovato realizzazione nel 2010, con proseguimento nel 2011, spicca per il suo significato l'effettuazione del secondo anno di laurea magistrale "Arti, Patrimonio e Mercati" in collaborazione con l'Università IULM che ha coinvolto 33 giovani studenti a vivere un intero anno della loro esperienza formativa in Triennale avendo come corpo docente il personale della nostra Fondazione. Faremo presto il bilancio di questa esperienza che, in ogni caso, ha provocato un vero impegno di ripensamento e riqualificazione della Triennale e della sua attività.

Customer satisfaction, Reputation e Valore del Brand Triennale.

Nel 2010 sono state attivate iniziative per capire il grado di relazione che la Triennale ha sviluppato nei confronti dei suoi visitatori, con l'opinione pubblica, con gli investitori, sponsor e/o aziende, nonché il suo posizionamento nel "mercato" e il valore economico del Brand Triennale.

I risultati sono stati lusinghieri e possono essere così riassunti, anche se saranno oggetto di comunicazioni specifiche:

Customer satisfaction

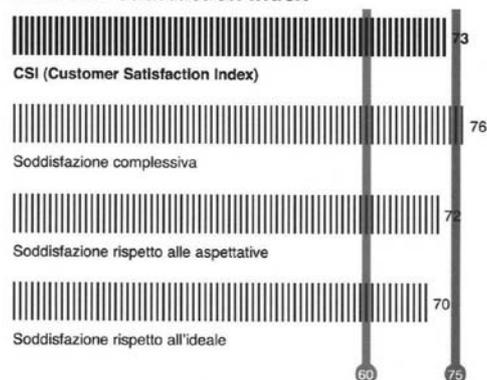
La ricerca è stata condotta da CFI Group, istituto internazionale di ricerche marketing specializzato nel Customer Asset Management.

Somministrazione questionari ai visitatori della Triennale di Milano e analisi dati: novembre 2010 – gennaio 2011.

Il metodo: i visitatori hanno espresso le proprie valutazioni con voti da 1 a 10. I giudizi sui diversi aspetti della relazione con i visitatori (ad esempio la SODDISFAZIONE) sono il risultato di una media di più domande.

Le valutazioni sono state poi convertite in una scala da 0 a 100 dove il valore 60 costituisce la soglia di sufficienza mentre 75 l'eccellenza.

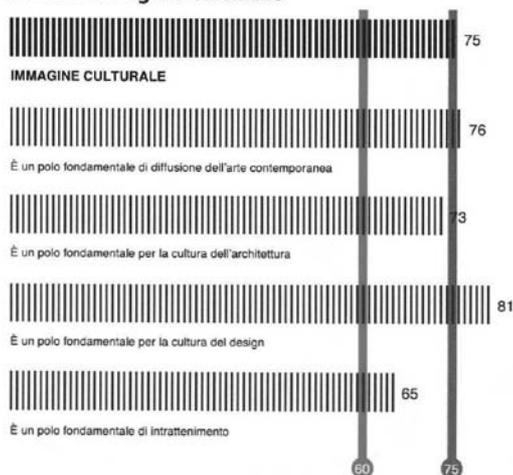
Customer Satisfaction Index



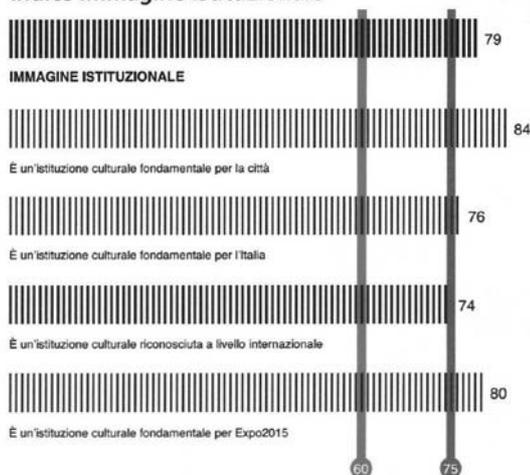
Indice di fedeltà



Indice immagine culturale



Indice immagine istituzionale



Reputation

La ricerca è stata condotta da CFI Group, istituto internazionale di ricerche marketing specializzato nel Customer Asset Management.

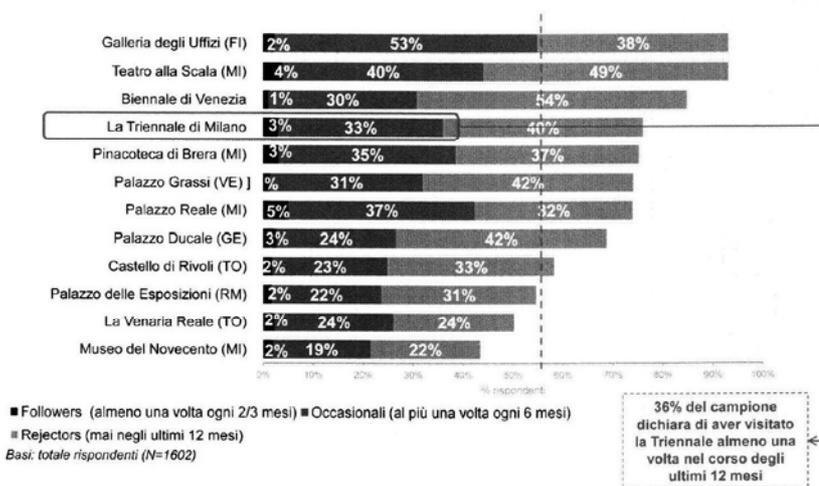
Rilevazioni: gennaio - aprile 2011

La ricerca si compone di due sezioni: una quantitativa con la somministrazione di un questionario a un segmento di popolazione ad alta scolarizzazione, frequenti visitatori di mostre; una qualitativa con l'intervista in profondità a un numero ristretto di Stakeholder di Triennale e di opinion leader.

Analisi quantitativa

Frequenza di visita delle istituzioni culturali più note*

Quante volte, negli ultimi 12 mesi, ti sei recato a visitare le istituzioni che ci hai indicato di conoscere?

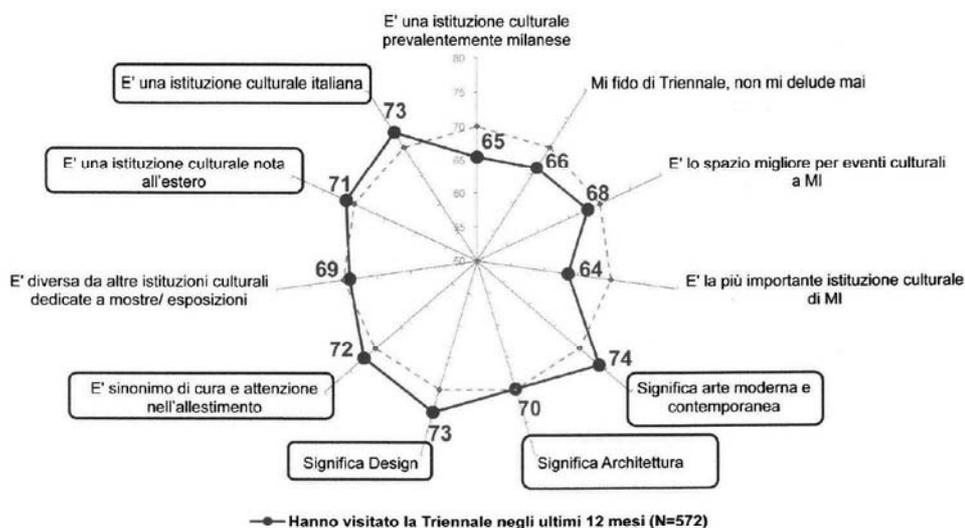


Le istituzioni che, come Triennale di Milano, registrano una percentuale di visitatori inferiore al 55% dell'awareness complessiva, sono quelle la cui notorietà supera la conoscenza per tramite della "visita" o della "frequentazione" e ciò in forza del brand stesso e della sua "comunicabilità" (media, associazione con eventi di ampio respiro e notorietà, ecc.).

(*) Awareness >=40%; primi 12 in classifica - Triennale = Awareness spontanea + Awareness sollecitata

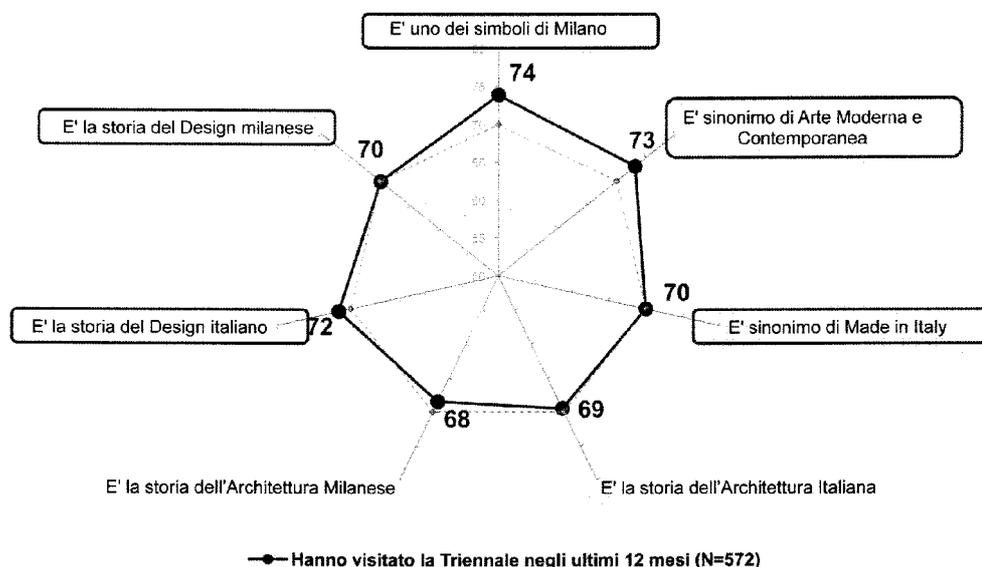
Brand Equity

Quanto concordi con le seguenti affermazioni che si riferiscono alla Triennale?



Dimensione simbolica

Quanto concordi con le seguenti affermazioni che si riferiscono alla Triennale?

**Analisi Qualitativa**

Dal documento conclusivo che costituisce il rapporto sulla fase qualitativa della ricerca dedicata alla ricostruzione del profilo di reputazione di La Triennale di Milano e al valore del brand Triennale emergono i punti di forza e le opportunità di Triennale, ovvero:

- Il Palazzo, la sua dimensione monumentale ed architettonica e la sua collocazione logistica, i suoi interni
- Il perimetro di senso costituito da design, moda e arte contemporanea
- Essere un Simbolo di Milano
- Essere un contenitore che si presta a più usi e non un luogo dedicato
- Essere una delle location top of mind per eventi
- L'essere un'istituzione autorevole
- Rappresentare simbolicamente le eccellenze del Made in Italy
- Essere il simbolo di una storia: l'evoluzione di esperienze e di gusto nelle materie che le son proprie
- L'aspirazionalità: essere presenti in Triennale è una meta prestigiosa. Produce la percezione di un marchio forte e qualificato
- Essere l'unica realtà con allure cosmopolita internazionale
- L'assenza di competitor nel quadro Milanese
- La collocazione di Milano come capitale di design, moda e arti moderne

Valorizzazione del brand

La ricerca è stata condotta da Progetti e Finanza Srl, con l'ausilio della Professoressa Anna Gervasoni (Università LIUC Carlo Cattaneo, Castellanza).

Acquisizione dati e analisi: ottobre 2010 - maggio 2011.

Per calcolare il Valore del Brand Triennale di Milano è stato utilizzato il metodo detto dei "Tassi di Royalties": l'attenzione è stata concentrata sull'utilizzo del basilare parametro dei ricavi, con la finalità di identificarne la parte ragionevolmente riconducibile al contributo fornito dal marchio alla loro generazione.

Tale metodo assume che il marchio abbia un valore pari alle royalties che un soggetto terzo sarebbe disposto a pagare al soggetto proprietario del marchio per l'utilizzo del medesimo. Dette Royalties sono tipicamente quantificate in percentuale sul parametro rappresentato dai ricavi. Dallo studio su Triennale di Milano:

	Tasso pari al 6%	Tasso pari al 7%
Valore del marchio Triennale	1.868.125 €	2.179.479 €

La ricerca condotta sul valore del brand di Triennale di Milano ha generato anche un Valore Potenziale del Marchio ("valore potenziale", ovvero una potenzialità inespressa, sviluppato sulla base di elementi qualitativi non utilizzati nella determinazione del valore economico) che si genera applicando un coefficiente di moltiplicazione al Valore del Marchio (il "valore minimo" sviluppato con logiche aziendalistiche, ovvero il metodo delle Royalties).

Valore teorico del marchio Triennale (estremo inferiore arrotondato)	1.900.000 €
Moltiplicatore*	2x
Valore potenziale del marchio Triennale	3.800.000 €

*definito a partire dai dati dello studio sul Profilo Reputazionale/analisi quantitativa

È possibile effettuare una stima del valore potenziale del Marchio Triennale applicando un moltiplicatore medio pari a 2 al valore teorico determinato secondo "logiche aziendalistiche" basandosi sulle ricerche condotte sul Profilo Reputazionale.

Infatti il Profilo Reputazionale pone Triennale come istituzione dotata di un profilo di awareness particolarmente elevato, ma contraddistinta da un'effettiva fruizione dei servizi da parte del pubblico limitata rispetto al grado di notorietà. Ciò può essere interpretato nel senso che alla notorietà e connotazione positiva che il Marchio Triennale presenta non corrisponde una generazione di ricavi (riconducibili alle presenze effettive dei visitatori) in linea con tali caratteristiche ma sia una potenzialità inespressa che può essere identificata quale componente di valore del quale il singolo asset Marchio Triennale è già oggi dotato.

L'attività svolta nel 2010.

Nel 2010 la Triennale ha prodotto n. 29 nuove mostre, delle quali n. 17 del Triennale Design Museum, compresa la III Edizione del Museo "Quali cose siamo" e n. 6 in Triennale Bovisa.

Ad esse vanno aggiunte n. 7 coproduzioni, alcune di particolare rilievo come ad esempio "Green Life: costruire città sostenibili" con Lega Ambiente, e l'ospitalità di n. 36 mostre.

Inoltre, sono state realizzate n. 3 mostre all'estero: "Frank O. Gehry dal 1997" al Vitra Design Museum, "The New Italian Design 2.0" a Istanbul, "Oggetti sonori" ad Hannover; e una "Il Super-Comfort" a Matera.

Fra le mostre più importanti si segnalano: "Roy Lichtenstein – Meditations on Art", "Brasilia. Un'utopia realizzata. 1960-2010", "immagini inquietanti / disquieting images"; la III Edizione del Triennale Design Museum "Quali cose siamo" (design exhibition dell'anno per il New York Times), "Marco Ferreri. progettarepensieri", le mostre del CreativeSet dedicate ai giovani talenti del design italiano; in Triennale Bovisa, "Atelier Bovisa – Sandro Chia", "Il Compasso di latta. Per un design della sostenibilità", "It's not only Rock'n' Roll, Baby!".

Alle mostre vanno poi aggiunti n. 261 fra convegni, lectures, presentazione libri, seminari, etc; n. 76 laboratori con bambini del TDMKids; n. 99 fra rassegne cinematografiche, concerti, etc; nonché n. 72 eventi promozionali (sfilate, shooting, cene, etc).

Sono stati anche realizzati n. 23 cataloghi (dei quali n. 14 del Triennale Design Museum), n. 4 leaflet e n. 2 libri per un totale di n. 29 pubblicazioni.

Gli spazi espositivi della Triennale sono stati impegnati per il 87,7% nel modo seguente: 70% per le produzioni Triennale e Triennale Design Museum; 13% per le coproduzioni; 17% per le ospitalità a pagamento.

Le sale per conferenze della Triennale hanno avuto la seguente occupazione: Salone d'Onore 49,6% dei giorni disponibili; Triennale Lab 43% ; Teatro Agorà 38,3%. Tutti i dati sono in ascesa rispetto al 2009.

Il numero dei visitatori in Triennale è stato di n. 559.615 (501.837 nel 2009), dei quali n. 231.955 a pagamento (191.812 nel 2009).

Gli introiti da biglietteria sono stati 1.317.928,00 euro (+34% rispetto al 2009) con un livello di contribuzione medio per visitatore pagante pari a 5,68 euro (5,13 euro nel 2009).

Prime 5 mostre del 2010

Visitatori totali

Triennale Design Museum terza edizione Quali cose siamo + mostre connesse*	142.332
Roy Lichtenstein	94.559
Greenlife. Costruire città sostenibili	19.531
Greta Garbo. Il mistero dello stile	15.603
Disquieting Images*	9.999

*I Dati di Triennale Design Museum + mostre connesse e Disquieting Images si riferiscono all'intera durata delle mostre, comprendendo anche parte dell'anno 2011

Impegno spazi

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Indice di occupazione	69,5%	89,4%	86,2%	93,8%	91,8%	87,7%
Produzioni Triennale	58,4%	56,7%	67,2%	66,4%	73,4%	70%
Coproduzioni	26,7%	10,5%	19%	22,8%	12,7%	12,7%
Ospitalità a pagamento	14,9%	32,8%	5,3%	8,6%	13,9%	16,9%
Lavori di ristrutturazione	-	-	8,5%	2,2%	-	0,4%
TRIENNALE LAB	37,8%	42,7%	43%	33,1%	36,7%	43%
SALONE D'ONORE	36,2%	37,5%	58,1%	38%	41,1%	49,6%
TEATRO AGORÀ	-	-	-	24,3%	25,8%	38,4%
TEATRO DELL'ARTE	-	-	-	-	-	53,2%