



AC MILAN

CODICE ETICO



AC MILAN

Il Codice Etico del Gruppo Milan è un documento approvato dal Consiglio di Amministrazione del Club in cui sono racchiusi i valori e i principi in cui la Società si riconosce e che sono vincolanti per il personale e per tutti coloro che operano per il Gruppo stesso.

Fanno parte del Gruppo Milan le società AC Milan S.p.A., Milan Entertainment s.r.l. e Milan Real Estate s.r.l.

PREMESSA

1. A.C. Milan S.p.A. appartiene al Gruppo Fininvest ed opera, con le società controllate Milan Entertainment s.r.l. e Milan Real Estate s.r.l., nell'ambito sportivo del gioco del calcio (di seguito A.C. Milan S.p.A. e le società controllate vengono definite Gruppo Milan).
2. Il Gruppo Milan rispetta leggi e regolamenti vigenti.
3. Il Gruppo Milan ripudia ogni discriminazione delle persone basata sul sesso, sulle razze, sulle lingue, sulle condizioni personali e sociali, sul credo religioso e politico.
4. Il Gruppo Milan favorisce, ovunque operi, un ambiente sportivo e di lavoro ispirato al rispetto, alla lealtà, alla correttezza e alla collaborazione, e promuove il coinvolgimento e la responsabilizzazione di atleti, dirigenti, impiegati, collaboratori e professionisti, in relazione agli specifici obiettivi da raggiungere e alle modalità per perseguirli.

CAPO I - DISPOSIZIONI GENERALI

• ART. 1 AMBITO DI APPLICAZIONE E DESTINATARI

1. I principi e le disposizioni del presente Codice Etico (di seguito "Codice") costituiscono specificazioni esemplificative degli obblighi generali di lealtà, correttezza e diligenza, che qualificano l'adempimento delle prestazioni sportive e lavorative ed il comportamento degli atleti, dei tecnici e degli altri dipendenti nell'attività sportiva e nell'attività lavorativa.

2. I principi e le disposizioni del Codice sono vincolanti per gli Amministratori, per le persone legate da rapporto di lavoro subordinato (Dipendenti: Dirigenti,



AC MILAN

Atleti, Tecnici, Impiegati) e per tutte le altre persone che operano per il Gruppo Milan, quale che sia il rapporto che li lega allo stesso (Collaboratori e Professionisti). Amministratori, Dipendenti, Collaboratori e Professionisti sono di seguito definiti con il termine “Destinatari”.

• ART. 2 PRINCIPI GENERALI

1. Il Codice costituisce un insieme di principi la cui osservanza è di fondamentale importanza per il regolare svolgimento dell’attività sportiva, per il buon funzionamento e l’affidabilità della gestione, e per l’immagine del Gruppo Milan. A tali principi si richiamano le iniziative, i comportamenti e i rapporti, sia interni al Gruppo Milan che esterni.

2. Il Gruppo Milan riconosce che le risorse umane costituiscono un elemento di primaria importanza per il proprio sviluppo. La gestione delle risorse umane è fondata sul rispetto della persona e della professionalità.

• ART. 3 COMUNICAZIONE

1. Il Gruppo Milan provvede ad informare tutti i Destinatari sulle disposizioni e sull’applicazione del Codice, raccomandandone l’osservanza.

2. In particolare, il Gruppo Milan provvede, anche attraverso la designazione di specifiche funzioni interne:

- alla diffusione del Codice presso i Destinatari;
- all’interpretazione e al chiarimento delle disposizioni;
- alla verifica dell’effettiva osservanza;
- all’aggiornamento delle disposizioni con riguardo alle esigenze che di volta in volta si manifestano.

• ART. 4 RESPONSABILITÀ

1. Ciascun Destinatario svolge la propria attività sportiva o le proprie prestazioni lavorative/professionali, con lealtà, correttezza, diligenza ed efficienza, utilizzando al meglio gli strumenti e il tempo a disposizione ed assumendo le responsabilità di competenza.



AC MILAN

• ART. 5 CORRETTEZZA

1. Tutte le azioni e le operazioni compiute ed i comportamenti tenuti da ciascuno dei Destinatari nello svolgimento della funzione o dell'incarico sono ispirati alla legittimità sotto l'aspetto formale e sostanziale, secondo le norme ed i regolamenti vigenti e le procedure interne, nonché alla correttezza e alla lealtà nelle competizioni sportive.

2. I Destinatari non utilizzano a fini personali informazioni, beni e attrezzature, di cui dispongano nello svolgimento della loro funzione o del loro incarico.

3. Ciascun Destinatario non accetta, né effettua, per sé o per altri, pressioni, raccomandazioni o segnalazioni, che possano recare pregiudizio alla Società o indebiti vantaggi per sé, per il Gruppo Milan o per terzi; ciascun Destinatario altresì respinge e non effettua promesse di indebite offerte di denaro o altri benefici, salvo che questi siano di modico valore e non correlati a richieste di alcun genere avendo cura di procedere, quando possibile, senza recare offesa all'offerente.

4. Qualora il Destinatario riceva da parte di un terzo richieste esplicite o implicite di benefici, salvo che si tratti di omaggi di uso commerciale e di modesto valore, ne informa immediatamente il proprio superiore gerarchico o il soggetto cui sia tenuto a riferire per le iniziative del caso.

• ART. 6 CONFLITTO DI INTERESSE

1. I Destinatari perseguono, nello svolgimento della collaborazione, gli obiettivi e gli interessi generali del Gruppo Milan.

2. I Destinatari informano senza ritardo, tenuto conto delle circostanze, i propri superiori o referenti delle situazioni o attività nelle quali potrebbero essere titolari di interessi in conflitto con quelli del Gruppo Milan (o qualora di tali interessi siano titolari prossimi congiunti), ed in ogni altro caso in cui ricorrano rilevanti ragioni di convenienza. I Destinatari rispettano le decisioni che in proposito sono assunte dalla Società.

• ART. 7 RISERVATEZZA

1. I Destinatari assicurano la massima riservatezza relativamente a notizie e informazioni costituenti il patrimonio aziendale o inerenti all'attività del Gruppo Milan, nel rispetto delle disposizioni di legge, dei regolamenti vigenti e delle procedure interne.



AC MILAN

CAPO II - COMPORTAMENTO NELL'ATTIVITA' SPORTIVA

• ART. 8 PRINCIPI GENERALI

1. Il Gruppo Milan nello svolgimento delle attività sportive promuove il “Fair Play” (gioco leale) , ritenendolo essenziale, non solo durante lo svolgimento delle competizioni agonistiche, ma in ogni singola fase della loro gestione.

2. Il Gruppo Milan aderisce ai principi del “Fair Play” comprensivo dei concetti di lealtà, di amicizia, di rispetto per gli altri, di spirito sportivo e comprendente anche la lotta all'imbroglio, il rifiuto delle astuzie al limite delle regola, la lotta al doping ed alla violenza.

• ART. 9 SETTORE GIOVANILE

1. Il Gruppo Milan organizza le attività del settore giovanile in modo tale che:
- le strutture agonistiche siano idonee alle esigenze specifiche dell'età;
 - gli addetti al settore (educatori, dirigenti, allenatori, tecnici, medici, ecc.), abbiano idonea professionalità, formandoli affinché tengano un comportamento che rappresenti un modello positivo, sia nell'ambito sportivo che educativo, per i bambini e per i giovani;
 - sia posta in essere dagli addetti al settore la necessaria attenzione al fine di prevenire, qualsiasi forma di discriminazione, di abuso o sfruttamento;
 - l'impegno sportivo ed agonistico richiesto, in relazione all'età, sia adeguato alle condizioni fisiche ed al livello di preparazione e qualificazione raggiunto;
 - l'ambiente favorisca un contesto che premi sia il “Fair Play” che il successo agonistico e promuova la crescita individuale di ogni giocatore evitando che il bambino o il giovane maturino aspettative sproporzionate alle proprie possibilità.
 - Inoltre è stato predisposto apposito codice di condotta destinato a tutti i soggetti che operano a vario titolo a contatto con i minorenni.

• ART. 10 RAPPORTI CON ISTITUZIONI ED AUTORITÀ DI GOVERNO SPORTIVO E CON I LORO RAPPRESENTANTI

1. I rapporti del Gruppo Milan con le Istituzioni e con le Autorità sportive, calcistiche e non, nazionali ed internazionali (F.I.F.A., U.E.F.A., F.I.G.C., Lega Calcio, Covisoc), nonché con i loro rappresentanti (giudici, arbitri, dipendenti, incaricati, esponenti) sono intrattenuti esclusivamente da soggetti specificatamente incaricati dal Gruppo Milan, nel rispetto della normativa giuridica e dei regolamenti



AC MILAN

sportivi vigenti, nonché del “Fair Play”.

- **ART. 11 RAPPORTI CON GLI ALTRI OPERATORI DEL SETTORE CALCISTICO**

1. Il Gruppo Milan si astiene dall’assumere qualunque iniziativa nei confronti di altri operatori del settore, tesserati e non, siano essi calciatori, tecnici, agenti o procuratori, ecc., avente ad oggetto la sottoscrizione di accordi, la corrispondenza di compensi o altri benefici per la compravendita di giocatori, in violazione delle disposizioni e dei regolamenti sportivi vigenti o in deroga ai principi di “Fair Play”, impegnandosi ad operare, per proprio conto, unicamente con soggetti qualificati.

- **ART. 12 LOTTA AL DOPING**

1. Il Gruppo Milan si adopera per la salvaguardia della salute dei giocatori e per la correttezza delle competizioni sportive e affinché i Destinatari si attengano alle norme dettate in materia di lotta al doping ed al divieto d’uso di sostanze non consentite.

CAPO III - COMPORTAMENTO NEGLI AFFARI

- **ART. 13 PRINCIPI GENERALI**

1. Il Gruppo Milan nello svolgimento delle relazioni d’affari si ispira ai principi di legalità, lealtà e correttezza.

- **ART. 14 TUTELA DELLA CONCORRENZA**

1. Il Gruppo Milan riconosce che una leale concorrenza costituisce un elemento premiante per lo sviluppo dell’attività.

2. Ciascun Destinatario non pone in essere atti o comportamenti contrari ad una corretta e leale competizione tra le imprese.

- **ART. 15 RAPPORTI CON FORNITORI**



AC MILAN

1. La selezione dei fornitori e la determinazione delle condizioni d'acquisto dei beni sono basate su una valutazione obiettiva della qualità, del prezzo, del servizio e delle garanzie offerte nonché sull'aderenza ai principi espressi nel presente Codice Etico.

2. Il Gruppo Milan evita approvvigionamenti da fornitori che fanno ricorso al lavoro minorile.

• ART. 16 RAPPORTI CON ISTITUZIONI, AUTORITÀ PUBBLICHE E PUBBLICI FUNZIONARI

1. Fermo restando quanto indicato al precedente articolo 10, i rapporti del Gruppo Milan con le Istituzioni ed Autorità pubbliche territoriali, nazionali, comunitarie e internazionali, nonché con i pubblici ufficiali o incaricati di pubblico servizio, ovvero organi, rappresentanti, mandatari, esponenti, membri, dipendenti, consulenti, incaricati di pubbliche funzioni o servizi, di pubbliche istituzioni, di pubbliche amministrazioni, di enti pubblici, anche economici, di enti o società pubbliche, di carattere locale, nazionale o internazionale ("Pubblici Funzionari") sono intrattenuti da ciascun Amministratore e da ciascun Dipendente, quale che sia la funzione o l'incarico, o, se del caso, da ciascun Collaboratore e Professionista, nel rispetto della normativa vigente, e sulla base dei principi generali di correttezza e di lealtà.

2. Il Gruppo Milan, qualora lo ritenga opportuno, può sostenere programmi di enti pubblici intesi a realizzare utilità e benefici per la collettività, nonché le attività di fondazioni e associazioni, sempre nel rispetto delle normative vigenti e dei principi del Codice.

CAPO IV - SALUTE, SICUREZZA E AMBIENTE

• Art. 17

1. Nell'ambito della propria attività, il Gruppo Milan si ispira al principio di tutela e salvaguardia dell'ambiente e persegue l'obiettivo di garantire la sicurezza e di salvaguardare la salute dei Destinatari, mediante le iniziative opportune a tal fine.



AC MILAN

CAPO V - DISPOSIZIONI SANZIONATORIE

- ART. 18

1. Le disposizioni del presente Codice sono parte integrante delle obbligazioni contrattuali assunte dai Destinatari, o dai soggetti aventi relazioni d'affari con le società del Gruppo Milan.

2. La violazione delle norme del Codice potrà costituire inadempimento delle obbligazioni contrattuali, con ogni conseguenza di legge, anche in ordine alla risoluzione del contratto o dell'incarico e all'eventuale risarcimento dei danni.

CAPO VI - DISPOSIZIONI FINALI

- ART. 19

1. Il presente Codice, ricognitivo della prassi aziendale, è stato approvato dai rispettivi Consigli di Amministrazione delle Società del Gruppo.

2. Ogni variazione e/o integrazione dello stesso sarà approvata dai Consigli e diffusa tempestivamente ai Destinatari.

Milano, 27 novembre 2007