




Rapporto di sostenibilità

2014/2015 GRUPPO MILAN



Indice

	Lettera agli stakeholder	4
	Nota metodologica	6
	Il Milan in numeri	8
	Il nostro approccio alla sostenibilità	10
	Persone e Organizzazione	22
	Benessere e Crescita Personale	34
	Community	48
	Ambiente	96
	Il Gruppo Milan	104
	Appendice	112

Lettera agli stakeholder

La pubblicazione del Rapporto di Sostenibilità 2014/2015 consolida un modello di comunicazione e informazione tra il Gruppo Milan e i suoi stakeholder. La terza edizione conferma come questo documento sia uno strumento ormai imprescindibile di approfondimento su ciò che il Gruppo rappresenta in Italia e nel mondo e le attività che ogni anno realizza nei diversi ambiti di azione.

All'interno troverete immagini, parole e numeri, che hanno come obiettivo quello di raccontare il lavoro delle persone impegnate ogni giorno per rendere questa società sportiva sempre più un esempio di gestione sostenibile.

I quattro pilastri, secondo i quali abbiamo voluto organizzare già negli scorsi anni questo percorso verso la sostenibilità (Persone e Organizzazione, Benessere e Crescita Personale, Community, Ambiente), rappresentano una base solida su cui poggia e si rafforza l'identità del Club a livello nazionale e internazionale. La responsabilità sociale, parte integrante del DNA del Gruppo, ci aiuterà ad affrontare le sfide future.

Ecco perché si è rafforzata in noi la volontà di proseguire con il lavoro di monitoraggio delle iniziative e della governance anche sotto il profilo della sostenibilità. Questo impegno ha portato al termine della stagione 2014/2015 alla creazione di una funzione di Corporate Social Responsibility, con risorse umane ed economiche dedicate. Tra le diverse

attività in questo ambito ci è sembrato opportuno e necessario avere un riferimento all'interno del Gruppo che potesse avviare anche una più sinergica interazione con tutti gli stakeholder interni ed esterni.

Gli input che riceviamo dagli stakeholder sono uno stimolo positivo in questo percorso. Abbiamo ottenuto risultati che confermano concretamente da un lato la solidità e la crescita del Milan, dall'altro la garanzia della continuità di una forma mentis innovativa e responsabile. In questo report abbiamo voluto evidenziare, tra le tante iniziative, la presenza di Casa Milan all'interno del contesto cittadino: il nuovo headquarter rossonero è un luogo fatto di uffici, ma è anche uno spazio dove, ad esempio, si fa cultura.

Abbiamo voluto, poi, sottolineare il particolare impegno di tutto il settore giovanile grazie anche al supporto dell'équipe psicopedagogica che segue i ragazzi dentro e fuori dal campo, oltre alle numerose attività portate avanti con le nostre scuole calcio. Senza tralasciare, infine, il lavoro del Milan che porterà alla redazione di una vera e propria policy ambientale disponibile dalla prossima stagione.

L'impegno del Gruppo a proseguire nel lavoro svolto verso la sostenibilità è un ulteriore stimolo anche dal punto di vista del contatto con i tifosi rossoneri. La storia e i successi del Milan come squadra e come società, l'eccellenza che rappresenta nel nostro Paese e a livello internazionale sono pilastri su cui continuare a costruire il successo del presente e del futuro di tutti noi, fatto di risultati sportivi e di effetti positivi frutto delle politiche di responsabilità sociale.

Auguriamo, quindi, una buona lettura del Rapporto di Sostenibilità per approfondire e capire meglio il percorso del Gruppo Milan all'interno dei suoi molteplici ambiti.



BARBARA BERLUSCONI
Vice Presidente
e Amministratore Delegato



ADRIANO GALLIANI
Vice Presidente Vicario
e Amministratore Delegato

Nota metodologica

Il Rapporto di sostenibilità (di seguito anche “Report”) del Gruppo Milan (di seguito anche il “Gruppo” o “Club”), alla sua terza edizione, contiene l’informativa standard prevista dal *GRI Sustainability Reporting Guidelines*, nella versione G4. Sono state, inoltre, considerate le indicazioni contenute nel sector disclosures “event organizers” emesse dal GRI nel corso del 2014.

Il Report consolida le performance di AC Milan SpA, Milan Entertainment Srl, Milan Real Estate Spa e Fondazione Milan Onlus. I dati ambientali relativi allo Stadio San Siro sono stati forniti dalla società M-I Stadio Srl, alla quale il Club partecipa con una quota del 50%.

Nel documento sono rappresentati i principali impatti economici, ambientali e sociali del Gruppo, su determinati topic percepiti con un alto grado di importanza dagli stakeholder e connesse ai maggiori rischi ambientali, sociali ed economici legati all’attività del Club.

Il processo di identificazione degli stakeholder chiave del Gruppo e delle relative aspettative è stato ulteriormente affinato nel corso della stagione, coinvolgendo i principali stakeholder interni nell’aggiornamento delle analisi fin qui effettuate. Tali analisi saranno ulteriormente affinate nel corso delle prossime attività di stakeholder engagement che il Gruppo avrà modo di organizzare a seguito della pubblicazione del Report.

I dati e gli indicatori presenti nel Report fanno riferimento alla stagione 2014/2015 e, ove possibile, alle due stagioni precedenti per fini comparativi. Non si registrano cambiamenti significativi o modifiche di perimetro e/o restatement di indicatori rendicontati anche di anni precedenti, fatta eccezione per gli indicatori relativi agli investimenti di Fondazione Milan che sono stati ulteriormente affinati per garantire maggiore coerenza con gli obiettivi e le modalità operative della Fondazione stessa; per tale motivo, anche i dati relativi alla precedente stagione sono stati riclassificati. Il riferimento alle linee guida emesse dalla *Global Reporting Initiative* permette, inoltre, il confronto con le organizzazioni nazionali e internazionali che adottano lo stesso modello. Alla fine del documento è disponibile il GRI content Index, che indica dove sono posizionate nel Report le informazioni richieste dalle linee guida.

Il Report viene pubblicato con cadenza annuale per permettere agli stakeholder di valutare la continuità delle performance nel tempo e divulgato con gli strumenti di comunicazione abitualmente utilizzati dal Club.

Per facilitare la consultazione al lettore, nell'impostazione editoriale del documento si è scelto di adottare un linguaggio il più possibile semplice e chiaro e di presentare i dati con immagini, grafici e tabelle che possano rendere più intellegibile il documento. Gli indicatori rappresentativi dei risultati riflettono la misurazione della performance indipendentemente dall'andamento positivo o negativo. I dati sono stati elaborati e verificati dai vari responsabili di direzione/funzione.

La sezione riguardante le performance economiche è stata redatta con gli stessi dati estratti dal Bilancio Consolidato approvato nel Consiglio di Amministrazione del 28 aprile 2015. Le informazioni prettamente economiche si riferiscono all'esercizio 2014 e ai due precedenti, sempre per fini comparativi.

Per ulteriori informazioni e suggerimenti o per richiedere una copia del Rapporto di sostenibilità è possibile accedere al sito www.acmilan.com o contattare: csr@acmilan.it.

Il Milan in numeri

115

ANNI DI STORIA

29

ANNI DI PROPRIETÀ
DELLA FAMIGLIA BERLUSCONI

720 _K

NUMERO TOTALE SPETTATORI ALLO STADIO

151

DIPENDENTI

273

CALCIATORI SETTORE GIOVANILE
STAGIONE 2014/15

33

CALCIATORI PRIMA SQUADRA
STAGIONE 2014/15

234 **18**
MLN EUR

FATTURATO 2014/15

TROFEI INTERNAZIONALI VINTI

8 **1** **5.5**
MLN MLN

PALLONI D'ORO

FOLLOWERS



FOLLOWERS



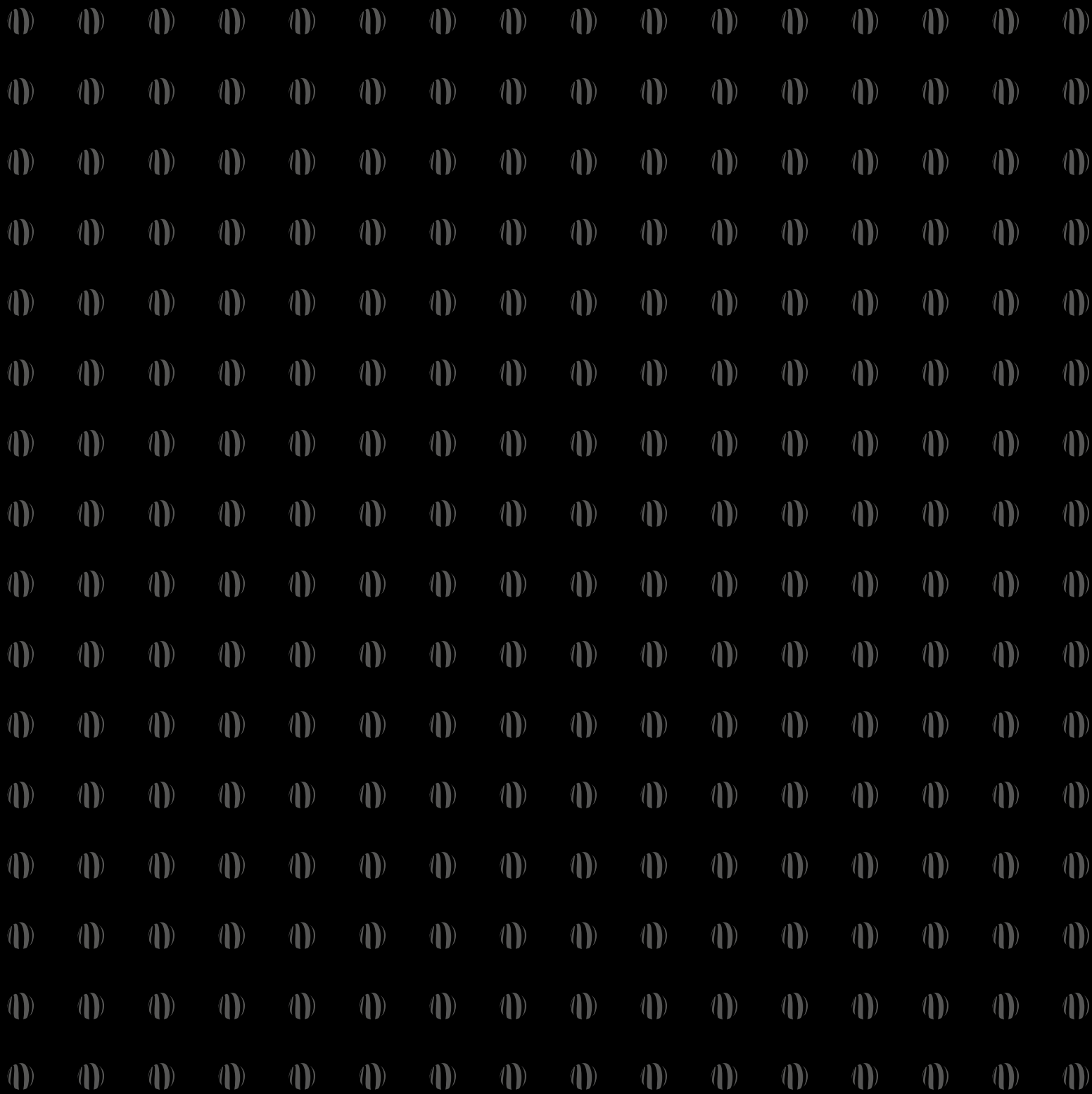
24 **2.6**
MLN MLN

FOLLOWERS

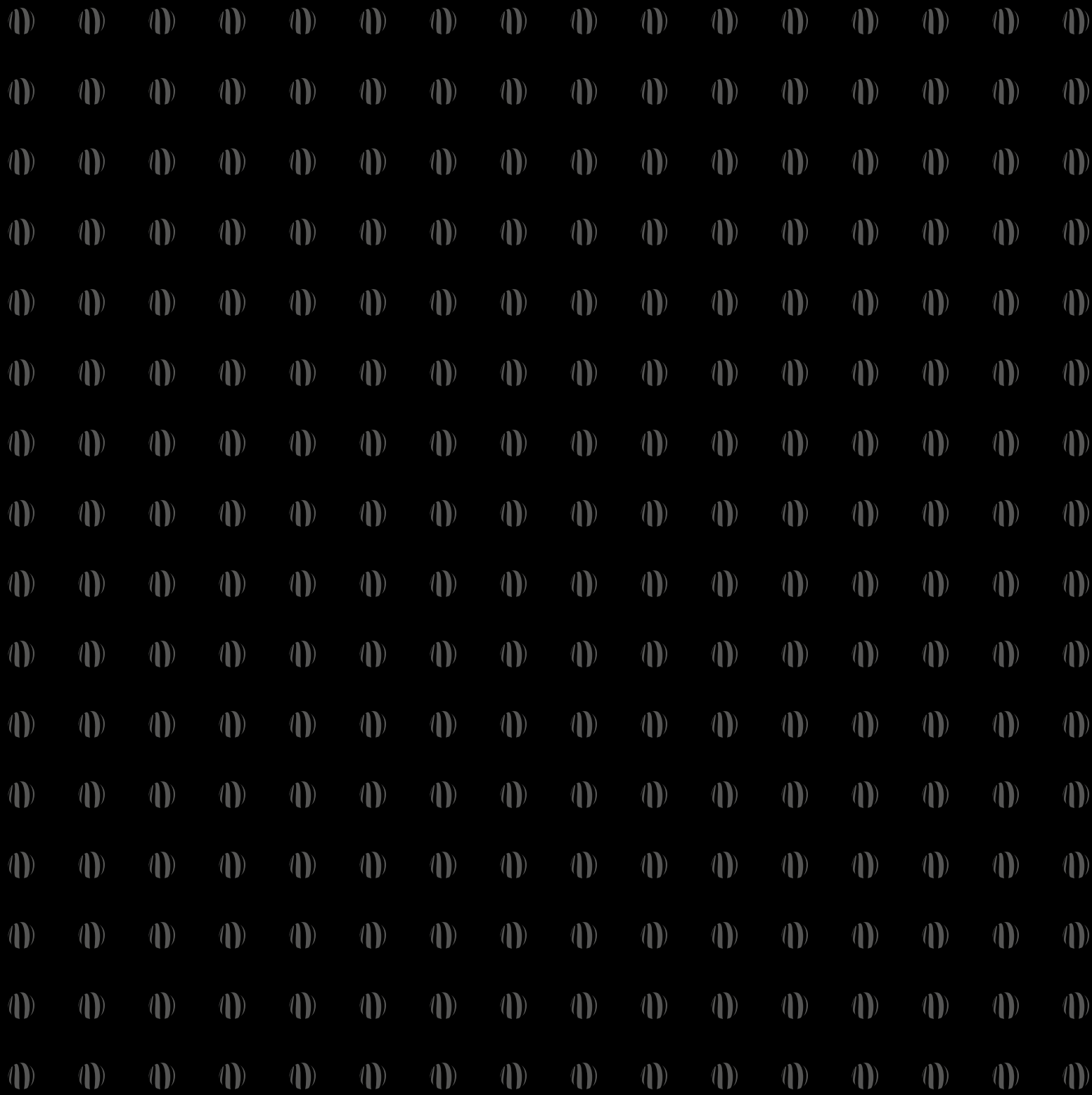


FOLLOWERS





**Il nostro approccio
alla sostenibilità**



01

Principi aziendali

Mentalità vincente, eccellenza, generosità e responsabilità: sono i valori che fanno parte del DNA del Gruppo Milan e che vogliamo condividere con i nostri portatori di interesse.

Siamo convinti che vivere e lavorare seguendo questi principi sia la chiave per raggiungere il successo nello sport e nella vita.



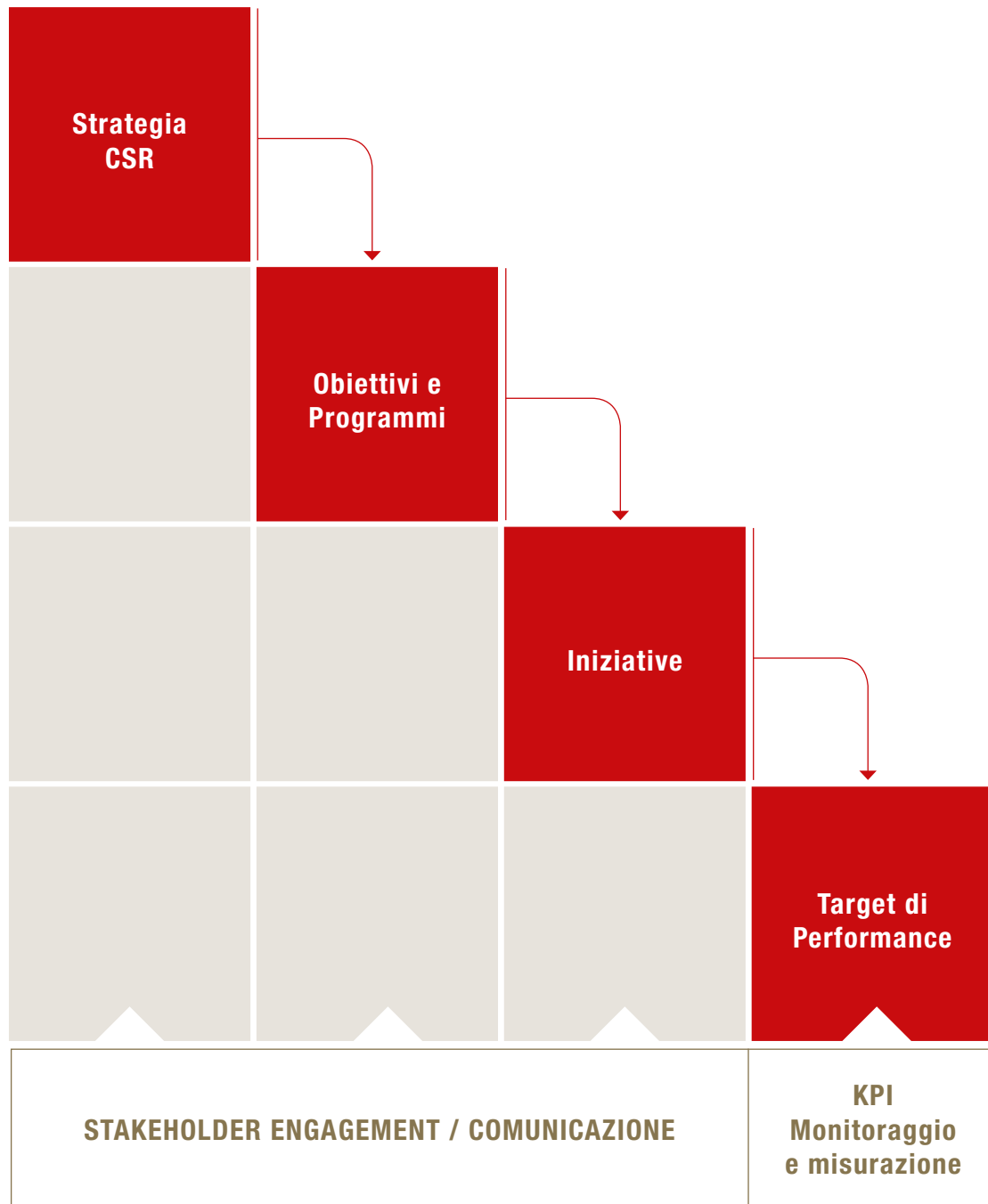
Sistema di governance e monitoraggio CSR

Per la gestione del piano di Corporate Social Responsibility (CSR) nel maggio 2014 è stata strutturata una funzione interna dedicata. Questa decisione esprime la nostra forte volontà di gestire in modo coordinato e organico le politiche e i progetti di sostenibilità del Milan. La funzione CSR rappresenta un riferimento per gli stakeholder interni ed esterni per quanto riguarda la definizione e lo sviluppo delle politiche di responsabilità sociale.

Per la terza stagione consecutiva, in sinergia con tutte le Direzioni, tracciamo la rotta del Gruppo Milan verso la sostenibilità.



Modello di funzionamento CSR



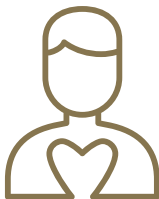


Strategia CSR



PERSONE E ORGANIZZAZIONE

L'elemento più importante del Milan sono le persone che ne fanno parte. Investiamo perciò nello sviluppo delle nostre risorse umane, per creare un team di lavoro motivato, preparato ed entusiasta, pronto a raccogliere le sfide del mercato globale e a promuovere il modello educativo che utilizziamo nei nostri progetti dedicati ai giovani.



BENESSERE E CRESCITA PERSONALE

Il benessere psico-fisico di tutto il nostro personale, sportivo e non, è fondamentale per raggiungere gli ambiziosi obiettivi che ci prefiggiamo. Per questo mettiamo in atto una serie di programmi espressamente dedicati alla tutela della salute e allo sviluppo integrale di dipendenti e tesserati.



**PERSONE E
ORGANIZZAZIONE**



**BENESSERE E
CRESCITA PERSONALE**



COMMUNITY



AMBIENTE



COMMUNITY

Siamo consapevoli dell'importanza della nostra integrazione con il quartiere Portello di Milano e orgogliosi di rappresentare una grande realtà sportiva milanese, italiana e internazionale.

Anno dopo anno rafforziamo il nostro legame con i tifosi, attraverso le attività loro dedicate, realizzate a Casa Milan, allo stadio, presso i nostri centri sportivi e sui nostri canali digital.

Grazie al lavoro del Gruppo Milan mettiamo a disposizione il nostro know how metodologico e sportivo per favorire esperienze di inclusione sociale.



AMBIENTE

Crediamo fermamente nella necessità di gestire in maniera responsabile le nostre attività. Ci impegniamo ad analizzare il nostro footprint ambientale per creare un sistema di gestione che abbia come finalità quella di ridurre il nostro impatto sull'ambiente.

Stakeholder Engagement

Il confronto costante con i nostri stakeholder ci consente di rispondere in maniera sempre più efficace alle loro aspettative e di affinare negli anni la nostra attività per renderla sempre più vicina alle loro esigenze.

STAKEHOLDER	ASPETTATIVE
Dipendenti, tesserati e collaboratori	Crescita professionale Clima di lavoro motivante Trasparenza e comunicazione interna Sistema di performance management equo Formazione
Calciatori Prima Squadra	Total reward in linea con i principali club europei Competitività della squadra Tutela della salute nel periodo di attività agonistica e nel post carriera Ricerca scientifica al servizio dei calciatori Eccellenti strutture e attrezzature
Calciatori Settore Giovanile	Eccellenti strutture, attrezzature e metodi di allenamento Possibilità di crescita durante e dopo il programma Gestione del percorso professionale

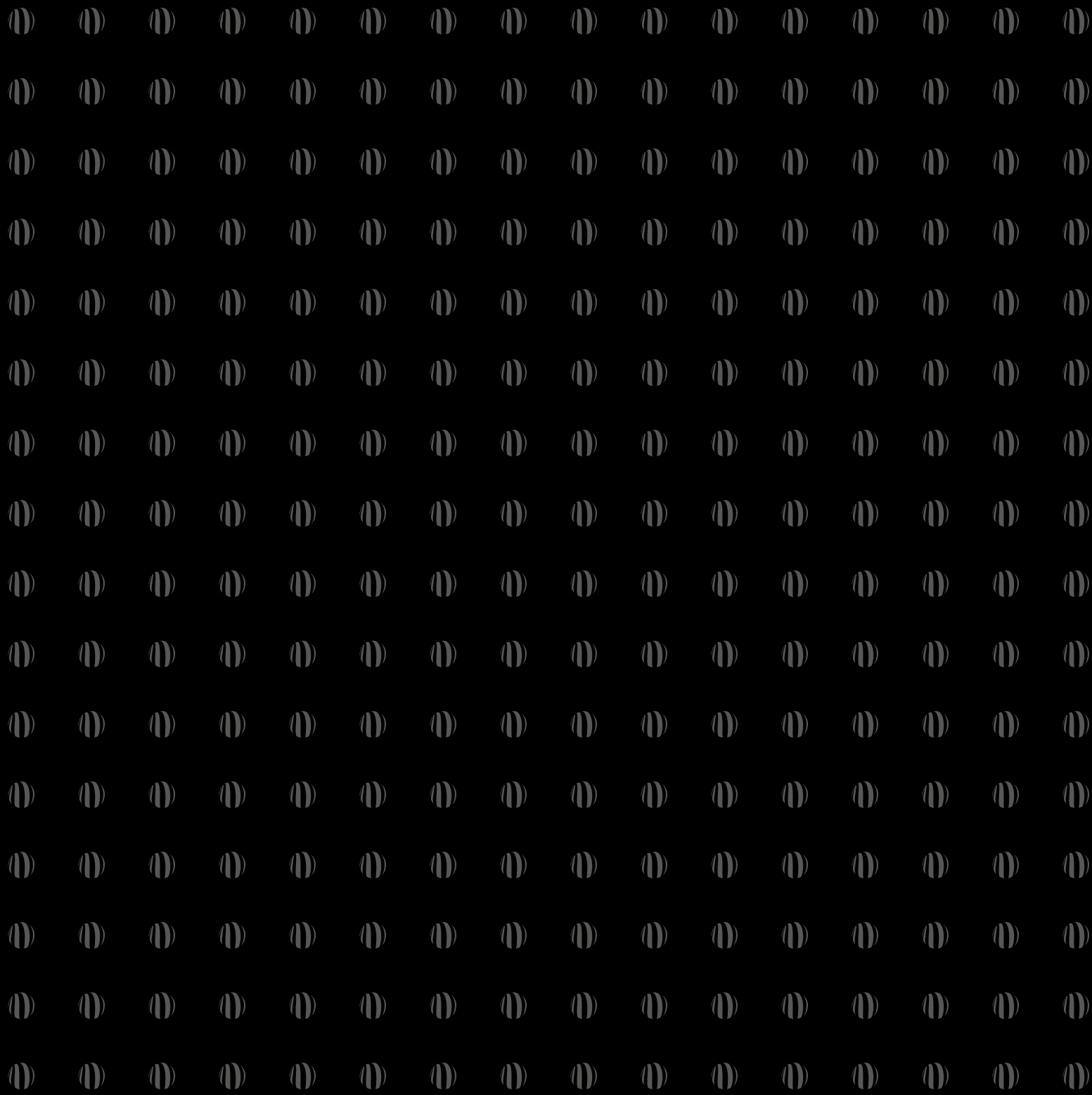
STAKEHOLDER	ASPETTATIVE
Famiglie dei calciatori del settore giovanile	Competenza e integrità dello staff tecnico Tutela della salute e del benessere dell'atleta Trasparenza del Gruppo Milan
Scuole calcio	Formazione continua e competenza Continuità progettuale Visibilità e riconoscimento delle attività
Tifosi	Competitività ed eccellenza nei risultati sportivi Coinvolgimento e protagonismo nella vita del Club Eque politiche di prezzi Sicurezza e comfort degli impianti
Azionisti	Compliance normativa Attenzione e correttezza nella gestione economico-finanziaria Coinvolgimento nelle decisioni dell'area economico-finanziaria
Partner commerciali	Eccellenza nei risultati Ritorni positivi sul proprio marchio Coinvolgimento negli eventi
Collettività	Comportamento esemplare Interventi concreti su temi quali doping, razzismo, violenza, ecc. Servizi, iniziative e progetti in ambito sociale
Community Portello e Zona 8 di Milano	Servizi di intrattenimento Sostegno alle iniziative sociali del quartiere e integrazione di Casa Milan nel territorio
Fornitori	Trasparenza nella selezione dei fornitori Criteri standard nella selezione dei fornitori (prezzo/qualità) Tempestività nei pagamenti
Media	Trasparenza e tempestività delle informazioni Infrastrutture dotate di tecnologia e comfort
Istituzioni sportive (UEFA, FIGC)	Trasparenza nella reportistica Rispetto delle regole (sportive e non)
Lega di Serie A	Supporto nello sviluppo del sistema calcio Italia Tutela e promozione dell'immagine del sistema
Pubblica amministrazione	Rispetto degli accordi (termini di pagamento) Collaborazione e coinvolgimento







Person e Organizzazione

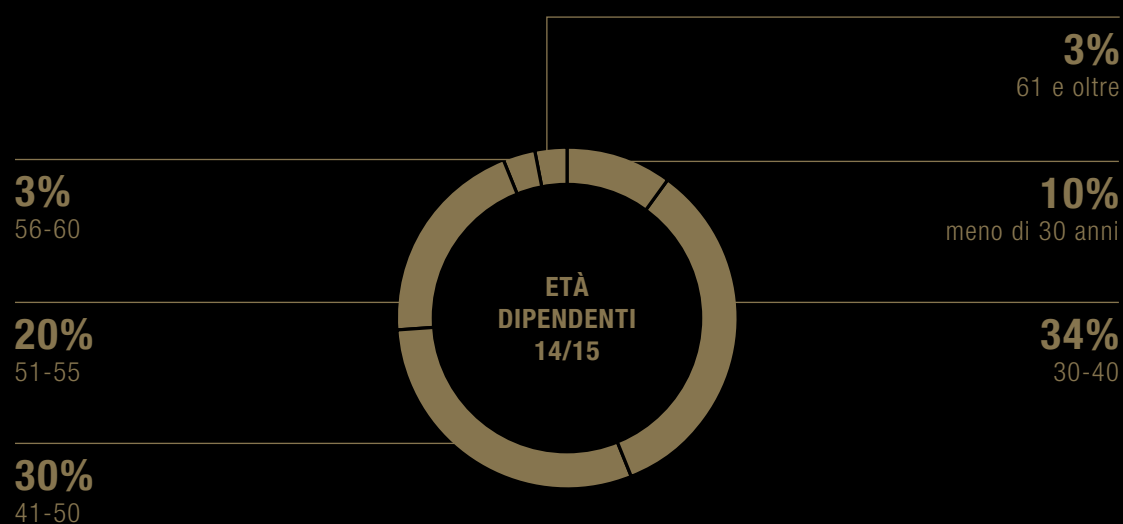
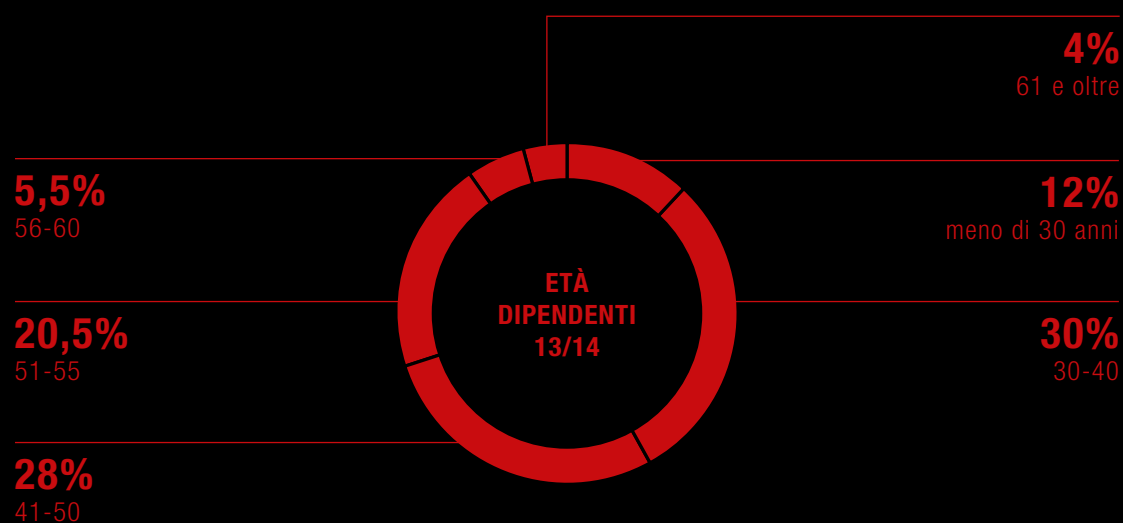


02

La composizione della nostra organizzazione

STAKEHOLDER	STAGIONE 2012/2013	STAGIONE 2013/2014	STAGIONE 2014/2015
Dipendenti	121	146	151
% full time	93	94	94
% part time	7	6	6
% uomini	47	54	57
% donne	53	46	43
Collaboratori	70	59	71
% uomini			96
% donne			4
Tesserati Professionisti	161	162	163
Persone totali	352	367	385
Organico complessivo*			619

* L'organico complessivo del Club, formato da dipendenti, staff tecnico, calciatori professionisti e calciatori non professionisti, osservatori e collaboratori, è costituito da 619 persone.



Il Milan è un'azienda che sta crescendo e si sta sviluppando.

Le persone che lavorano al Milan sono il motore del progetto di sviluppo del Club, sempre vicino e disponibile nei confronti delle proprie risorse umane sin dalle prime fasi del rapporto di lavoro.

Tutto il personale dipendente neoassunto, infatti, il primo giorno di lavoro viene accolto da un colloquio con il responsabile HR, durante il quale vengono illustrate le caratteristiche e il funzionamento dell'azienda. La giornata si conclude con una visita al Museo Mondo Milan per completare la conoscenza della gloriosa storia rossonera.

Al Milan, lo stage non è solamente un'esperienza formativa, attraverso la quale il giovane studente può conoscere il Club e le sue dinamiche, ma una vera e propria opportunità professionale: la Società, infatti, si impegna affinché il tirocinio si trasformi in un contratto di lavoro all'interno dell'azienda stessa o presso i propri stakeholder (altri club, scuole calcio, ecc.). È richiesto ad ogni ragazzo, al termine dello stage, di redigere una nota di valutazione individuando punti di forza ed eventuali criticità della propria esperienza, fornendo così spunti di miglioramento all'Azienda.

Anche per la stagione 2014/2015 sono state confermate le politiche di conciliazione tra vita professionale e personale: sono state accolte, infatti, tutte le richieste di part time presentate alla direzione Risorse Umane. La massima flessibilità oraria è stata garantita, inoltre, a coloro che hanno usufruito del congedo parentale. Questo si aggiunge all'impegno che la Società si assume nei confronti delle mamme, garantendo loro il rientro nella stessa funzione al termine della maternità. A rafforzare il legame tra casa e lavoro, la Società ha organizzato, come ogni anno, la giornata dei "Bambini in Ufficio", aprendo le porte della sede ai figli e ai nipoti dei dipendenti che hanno potuto visitare il Museo Mondo Milan e approfittare delle iniziative ludiche organizzate in piazza Gino Valle. Questi momenti sono stati arricchiti da un incontro formativo dal titolo "Il valore educativo dello sport", durante il quale gli esperti della Milan Academy hanno effettuato una lezione dedicata alle tematiche legate alla crescita e al benessere di bambini e ragazzi.

Il Milan, inoltre, grazie alle relazioni commerciali e istituzionali, offre ai propri dipendenti un ricco portafoglio di sconti e agevolazioni (ad esempio la sottoscrizione dell'abbonamento del trasporto pubblico con ATM ad un prezzo agevolato, convenzioni con gli sponsor, biglietti scontati per assistere agli spettacoli teatrali).



Il Milan e i giovani

SETTORE GIOVANILE

273 **11**
RAGAZZI SQUADRE

25

PRIMAVERA

24

ALLIEVI
NAZIONALI

28

GIOVANISSIMI
NAZIONALI

28

GIOVANISSIMI
REGIONALI B

17

BERRETTI

24

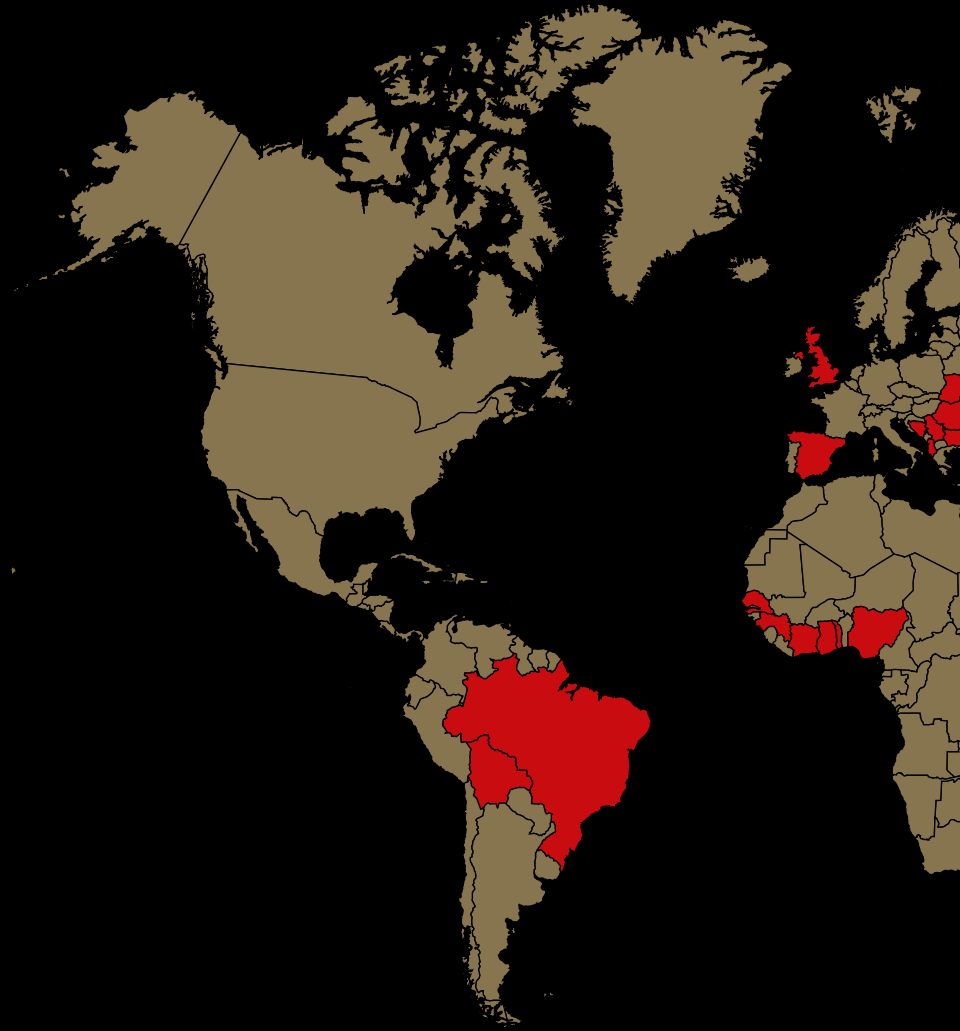
ALLIEVI LEGA
PRO DIV.UNICA

27

GIOVANISSIMI
REGIONALI

26

ESORDIENTI
2003





27

ESORDIENTI
2004

26

PULCINI 2006

21

PULCINI 2005

I RAGAZZI PROVENGONO DA PAESI DIVERSI:

Albania 1

Bolivia 1

Bosnia Erzegovina 3

Brasile 1

Bulgaria 1

Costa d'Avorio 3

Filippine 1

Ghana 2

Guinea 2

India 1

Montenegro 1

Nigeria 1

Togo 1

Romania 1

Senegal 1

Spagna 1

Ucraina 1

UK 1

9%

STRANIERI

91%

ITALIANI

**“ Faccio il portiere...
Molto più di una
professione, faccio
parte di un grande
gruppo...Vale molto
di più del vincere o
perdere, gioco nel
Milan...Molto più di
una squadra di calcio.
Semplicemente la mia
seconda famiglia ”**

Christian Abbiati

Goal

2015/2016

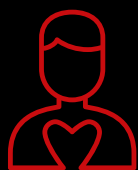


**PERSONE
E ORGANIZZAZIONE**

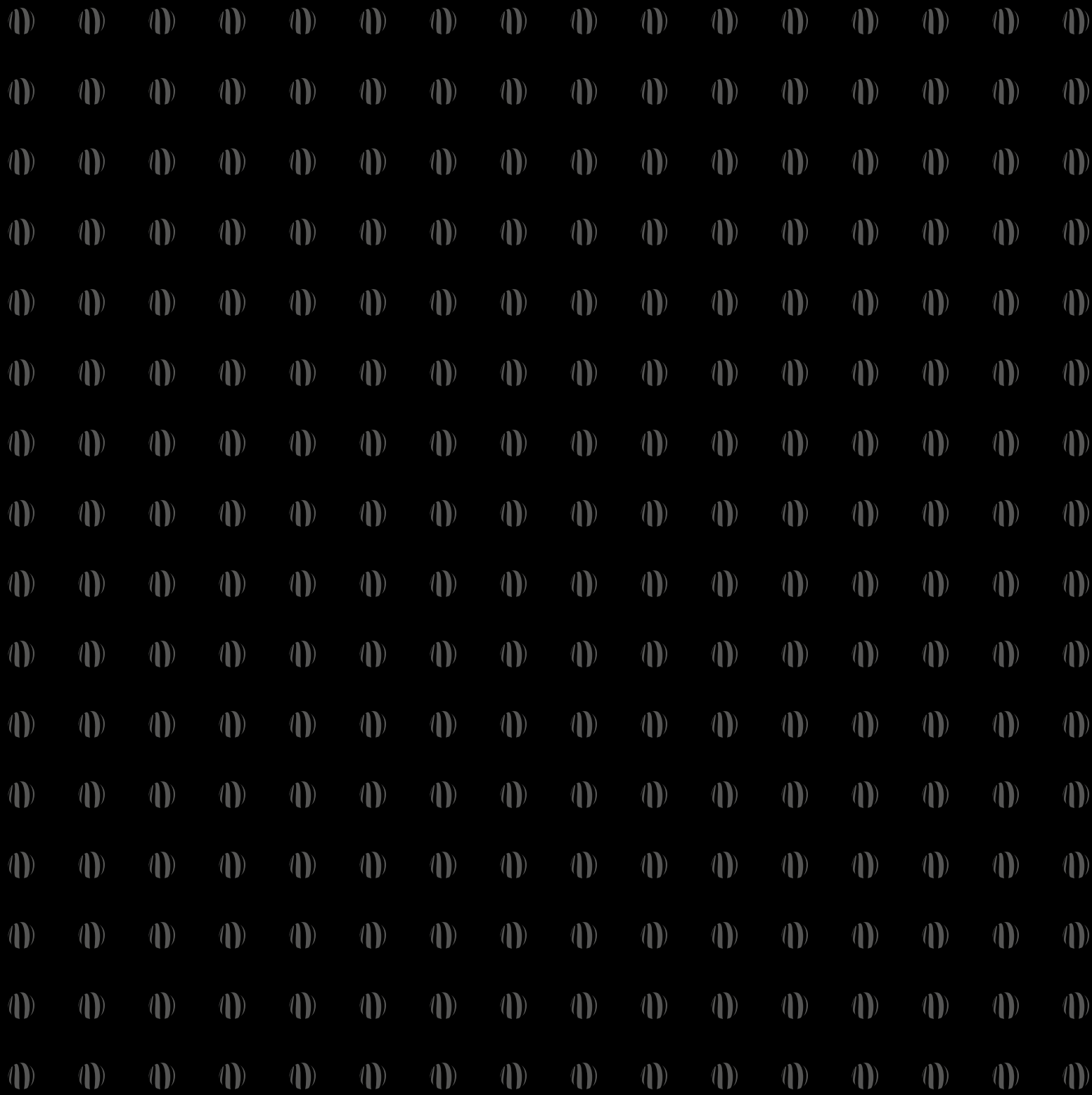
- **Aggiornare le policy aziendali** coinvolgendo gli stakeholder interni.
- **Implementare l'introduzione di una componente di retribuzione flessibile.**
- **Sviluppare il piano formativo pluriennale** basandosi sulle competenze specifiche del personale.
- **Ampliare il processo di ascolto dei dipendenti e tesserati,** anche attraverso l'istituzione di un'analisi di clima.
- **Completare l'aggiornamento del codice etico e del codice di condotta** del Gruppo Milan.







Benessere e Crescita Personale



03

Il Milan e la salute

Dipendenti, calciatori e allenatori rappresentano l'energia del Club. Ognuna di queste persone, con le proprie caratteristiche e la propria professionalità, contribuisce a rendere il Milan una società di successo.

L'Azienda riconosce nel suo personale un alto valore umano e proprio per questo motivo è costantemente impegnata nella tutela della salute e del benessere di tutti coloro che fanno parte del Gruppo.

Da questa visione è nato MilanLab, che attraverso programmi di monitoraggio e valutazione continua, segue stagione dopo stagione la condizione fisica degli atleti non solo per raggiungere i massimi livelli di prestazione, ma soprattutto per prevenire stati di malessere fisico che possono portare a eventuali infortuni.

La Società sottopone i dipendenti a controlli medici generali e specialistici periodici, coerentemente con le indicazioni di legge. All'interno di Casa Milan, inoltre, sono disponibili per il personale una Sala Relax e attrezzi per il benessere fisico.

▶ **ANTIDOPING**

Oltre al benessere psicofisico dell'atleta, attraverso l'attività di monitoraggio effettuata da MilanLab, prosegue l'impegno del Milan nella lotta al doping: ulteriore elemento chiave per la tutela dei propri calciatori, nonché a favore della correttezza delle competizioni sportive.

Nel corso della stagione 2014/2015 sono state effettuate dagli appositi organi federali e Uefa 54 sessioni di controllo antidoping sugli atleti della Prima Squadra. Tutti i controlli hanno dato esito negativo.

▶ **OLTRE LA SALUTE,
LA FORMAZIONE**

I dipendenti del Gruppo hanno usufruito di oltre duecento ore di formazione per stimolare il miglioramento continuo del lavoratore rispetto alla propria funzione.

Tutti i lavoratori sono stati coinvolti nei percorsi formativi previsti dalla normativa sulla tutela della sicurezza dei lavoratori (ai sensi D.Lgs 81/08) in ragione dei rispettivi ruoli.

BENESSERE
VALORE UMANO
FORMAZIONE
SALUTE CRESCITA

Coltivare i talenti

L'ACADEMY E IL METODO MILAN: FORMARE I TECNICI PER FORMARE I RAGAZZI

Fondamentale per il Gruppo Milan è la diffusione e la promozione di un'autentica cultura sportiva. In questo contesto si inserisce la Milan Academy, il centro di innovazione e sviluppo del Club.

L'Academy è formata da professionisti dello sport: uno staff di docenti, laureati in Scienze Motorie, psico-pedagogisti, insegnanti di calcio, che operano con conoscenza e competenza per promuovere, attraverso l'insegnamento del calcio, la Cultura dello Sport.

Il Milan a tal proposito mette a disposizione il proprio know-how tecnico-tattico, frutto della storia della Società, per l'attività di formazione di tutti i protagonisti coinvolti all'interno del Gruppo (tecnici del settore giovanile) e all'esterno (tecnici e dirigenti delle Scuole Calcio e dei Junior Camp, sia in Italia che nel mondo).

La Milan Academy si avvale di un **metodo di insegnamento integrato** che viene messo in pratica dai diversi tecnici che allenano i bambini da 6 a 12 anni nell'attività di base e i ragazzi dai 13 ai 16 anni nell'attività agonistica.

Si tratta di un metodo basato sull'intreccio indissolubile delle componenti rilevanti per il benessere integrale del bambino e del ragazzo.

L'Academy, dunque, rispetta le fasi di crescita dell'età evolutiva dei bambini e le loro personalità; affianca le famiglie, i "tecnici", i "dirigenti" delle Scuole Calcio Milan (SCM), e coinvolge le diverse istituzioni educative (università, scuole, enti e fondazioni) con l'obiettivo di insegnare a imparare ragionando.

La formazione continua di tecnici e dirigenti è indispensabile per sviluppare e dare continuità a questo metodo di insegnamento.

“ Imparare un gesto tecnico è come imparare una poesia a memoria: bisogna ripeterla tante volte quanto è necessario per memorizzarla ma, per memorizzare, sia una poesia sia un gesto tecnico, si deve pensare a quello che si sta facendo, capirne il senso e cercare, quindi, di imparare ragionando ”

Milan academy

NOME KPI	STAGIONE 2014/2015
Numero docenti Milan Academy	4
Numero tecnici Milan Academy	16
Formazione tecnici Milan Academy - Corsi di formazione	2
Formazione tecnici Milan Academy - Ore di lezione	36
Formazione tecnici Milan Academy - Tecnici coinvolti	16
Formazione tecnici Milan Junior Camp - Corsi di formazione	1
Formazione tecnici Milan Junior Camp - Ore di lezione	4
Formazione tecnici Milan Junior Camp - Tecnici coinvolti	150
Formazione tecnici scuole calcio - Tecnici coinvolti	540
Formazione tecnici scuole calcio - Località coinvolte	16
Corsi di informazione genitori - Incontri informativi	25
Corsi di informazione genitori - Genitori coinvolti	2735
Giornate formative per dirigenti Scuole Calcio e Milan Junior Camp	3
Giornate formative per dirigenti Scuole Calcio e Milan Junior Camp - dirigenti coinvolti	223

ÉQUIPE PSICO-PEDAGOGICA

La filosofia del Gruppo Milan individua nella crescita armonica e integrata dei giovani atleti come uomini e come calciatori, un obiettivo in costante sviluppo da perseguire. Non si può, infatti, diventare grandi giocatori se non attraverso un obiettivo da conseguire costantemente, parallelo a quello tecnico sportivo.

L'équipe psico-pedagogica si occupa degli atleti del settore giovanile sul campo e al residence, dove nella stagione 2014/2015 sono stati ospitati 42 ragazzi tra i 14 e i 19 anni provenienti da fuori regione. Lavora e interagisce, inoltre, con gli staff tecnici di tutte le squadre per garantire il benessere complessivo degli atleti.

► LA STRATEGIA DELL'ÉQUIPE PSICO-PEDAGOGICA

- **Formare, supportare e affiancare lo staff tecnico**
nel delicato compito di gestione della rete di relazioni dei singoli giocatori, squadra, staff, società, scuola e famiglia.
- **Formare, supportare e accompagnare il singolo atleta**
per garantire uno sviluppo armonico ed equilibrato delle qualità psicologiche, relazionali ed emotive necessarie alla crescita come uomo e come giocatore del Milan.
- **Formare, sostenere e accompagnare le famiglie**
nei loro compiti educativi e nell'assunzione di responsabilità adeguata al contesto sportivo connotato da un alto livello di competizione. Con le famiglie vengono organizzati, nel corso della stagione sportiva, incontri educativi che coinvolgono sia genitori che ragazzi.
- **Sensibilizzare gli atleti**
sull'importanza e sul valore educativo del percorso scolastico con le relative ricadute sulla pratica sportiva. Creare, inoltre, sinergie di lavoro con insegnanti e tutor.

► VITA AL RESIDENCE

I ragazzi che vivono al Residence sottoscrivono un Patto educativo che comprende il regolamento del Convitto: essere un calciatore del Milan vuol dire anche saper rispettare le regole di convivenza.

L'équipe psico-pedagogica, oltre a garantire una presenza costante, sostiene i giovani atleti ospiti con un affiancamento scolastico che prevede la possibilità di usufruire di ripetizioni serali, tenute da docenti esterni o da educatori competenti per le diverse materie di studio dei ragazzi.

Per il gruppo ospite del Residence sono stati organizzati incontri di aggregazione; allo stesso tempo le iniziative che hanno coinvolto tutti i ragazzi del settore giovanile, oltre al momento di allenamento, ha permesso di creare un forte affiatamento tra chi vive al Convitto e gli altri calciatori residenti a Milano o in Lombardia.



Anche durante la stagione 2014/2015 l'équipe, insieme alle squadre che si allenano al Vismara e a Milanello, ha lavorato sullo sviluppo del concetto di **identità** e **senso di appartenenza al club**, focalizzando l'attenzione dei giovani atleti sugli elementi fondamentali che caratterizzano un calciatore.

Un altro tema fondamentale trattato durante la stagione è stato quello del rispetto. Un aspetto che ha coinvolto i giovani atleti, gli staff tecnici e le famiglie per rendere i ragazzi sempre più responsabili e consapevoli nei confronti di valori quali la tolleranza e la diversità e contrastare quindi episodi di razzismo, gelosie e comportamenti irrispettosi dell'altro. Sono stati organizzati incontri con diverse modalità in base alle fasce d'età dalla squadra dei Pulcini sino alla Primavera.



È stato approfondito, inoltre, il tema dell'educazione alimentare sportiva attraverso momenti collettivi e individuali con ottimi risultati. Questi incontri sono stati suddivisi a seconda della categoria di appartenenza e hanno visto la partecipazione anche dei genitori. In particolare per l'attività di base sono stati organizzati sei momenti formativi. Successivamente, dopo aver valutato le diverse necessità, sono stati definiti incontri individuali con il ragazzo e la famiglia con l'obiettivo di intraprendere un percorso adeguato e più strutturato per promuovere una corretta alimentazione sportiva. Dopo gli incontri formativi è stata riscontrata una maggiore attenzione nella scelta di ingredienti naturali e nella preparazione sana degli alimenti (da consumare dopo l'allenamento e lo sforzo fisico), sia da parte dei genitori che degli stessi ragazzi.

**PSICOLOGI E TUTOR:
13 PROFESSIONISTI SEMPRE PRESENTI SUL CAMPO.**

NOME KPI	STAGIONE 2012/2013	STAGIONE 2013/2014	STAGIONE 2014/2015
Numero calciatori settore giovanile	230	247	273
Calciatori ospitati in residence	41	40	42
Colloqui individuali con i calciatori	120	660	400
Colloqui in uscita	22	26	27
Colloqui di fine stagione	/	200	111
Colloqui con infortunati	11	72	89
Incontri formativi con allenatori	3	1	6
Incontri formativi con famiglia (gruppo)	2	2	4
Colloqui individuali con famiglia (singoli)	1	2,5	1
Colloqui con dirigenti scolastici/ insegnanti	49	71	25
Incontri con assistenti/servizi sociali	2	5	/
Insegnanti ripetizioni serali	9	6	7
Colloqui con i genitori (residenti residence)	1 a sett in media	1 a sett in media	1 a sett in media
Colloqui con insegnanti di scuola	1 ogni 2 mesi	1 al mese	1 al mese in media
Colloqui con il preside	1 ogni 4 mesi	1 ogni 2 mesi	1 ogni 2 mesi
Riunioni Tutor-Ragazzi	4	2	2
Incontri formativi	3	3	5
Feste/Incontri aggregativi	6	8	4

IL SETTORE GIOVANILE PER IL SOCIALE

Anche durante questa stagione sono state realizzate alcune iniziative per promuovere la crescita integrale dei giovani calciatori.

In particolare i Giovanissimi Nazionali e gli Allievi Lega Pro hanno preso parte al progetto Scuola Bottega, una delle attività promosse da Fondazione Milan, con l'obiettivo di creare occasioni di incontro e scambio tra coetanei provenienti da differenti contesti sociali.

La squadra degli Allievi Nazionali ha partecipato a un progetto educativo e formativo sul tema del rispetto delle esperienze altrui. L'iniziativa si è conclusa con una visita al reparto di Terapia Intensiva Neonatale dell'Ospedale Buzzi di Milano.

I ragazzi della Primavera, infine, si sono recati al Convento di San Francesco dell'Ordine dei frati Cappuccini di Milano e hanno servito, insieme agli altri volontari, la cena agli ospiti della mensa.



**“ Secondo Alex Ferguson
il Milan è la migliore
squadra del calcio
moderno.
Per me il Milan è questo,
ma è anche casa.
E che casa... ”**

Mauro Tassotti



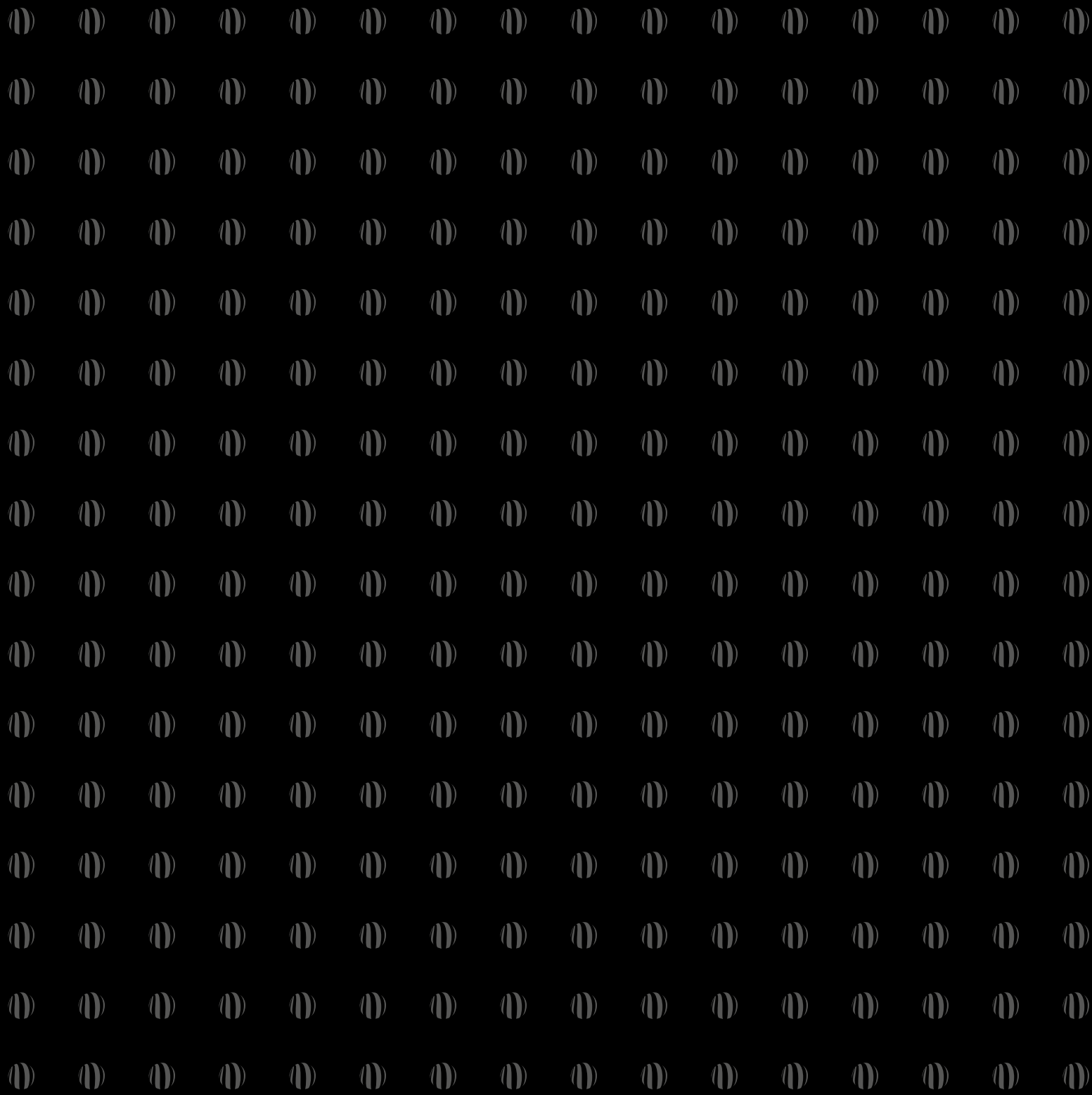
Goal

2015/2016



BENESSERE E CRESCITA PERSONALE

- **Presenziare e partecipare in forma attiva e propositiva** a un maggior numero di momenti/incontri di lavoro inter staff (ovvero tra tutti gli staff tecnici delle squadre giovanili), riunioni che prevedono la presenza congiunta delle diverse aree: tecnica, tattica, atletica, psico-pedagogica.
- **Aumentare gli incontri di formazione e aggiornamento** per gruppi inter staff su tematiche psico-pedagogiche trasversali alle aree di intervento rispetto alla stagione 2014/2015.
- **Incrementare la presenza dei membri dell'Équipe psico-pedagogica** in occasione dei momenti di lavoro (programmazione, verifica, analisi video) previsti all'interno degli staff tecnici di ogni singola squadra.
- **Promuovere e realizzare attività di gruppo (la squadra):** incontri, laboratori formativi, iniziative ad hoc che coinvolgano le diverse squadre del settore giovanile.
- **Lanciare campagne di prevenzione e diagnostica per i dipendenti**, applicando il metodo Milan Lab.
- **Organizzare campagne per promuovere la salute alimentare** tra i dipendenti, con la collaborazione di medici nutrizionisti.



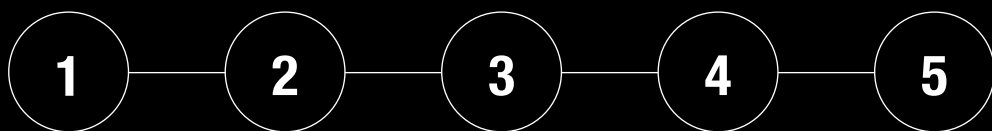
04

Milan Junior

I bambini e i ragazzi sono da sempre considerati una risorsa fondamentale per la crescita del Gruppo; per questo l'Azienda ha una funzione dedicata a promuovere le iniziative per i più piccoli per generare cultura sportiva e accrescere la reputazione del Club sul territorio.

Nel corso degli anni la concezione dello sport è decisamente cambiata. È in atto un'evoluzione delle modalità di fruizione ed erogazione del servizio sportivo che è diventato, a pieno titolo, un "servizio sociale" contemporaneo che contribuisce in maniera rilevante allo sviluppo fisico e relazionale dei giovani.

Il Milan crede fortemente nella de-strutturazione dello sport, per poi recuperarlo e valorizzarlo attraverso 5 punti chiave:



Dare maggiore peso al gesto sportivo:
preparazione, competizione, spirito, socializzazione

Riscoprire i valori e le emozioni della pratica sportiva

Insegnare a vivere all'interno della società

Definire il concetto di etica sportiva

Passare dalla concezione di valore a quella di valori

SPORT

DILETTANTISMO

COMPETIZIONE



**VITTORIA
& SCONFITTA**

AVVERSARIO

AGONISMO



**OSSESSIONE
& ANSIA**

MATCH FIXING

DOPING

È ormai acquisito che lo sport e l'attività motoria abbiano un rapporto diretto con il benessere e la salute delle persone, così come rappresentano un importante fattore di integrazione, di socializzazione e uno strumento di cultura sociale.

Lo sport, infatti, svolge un ruolo centrale nella formazione e nell'educazione dei giovani. Questa centralità deve essere incentivata attraverso il coinvolgimento di ogni attore, dalle società sportive, alle scuole, alle famiglie, per poter raggiungere gli obiettivi che vengono posti.

Una società sportiva responsabile, quindi, anticipa e interpreta questo cambiamento, favorisce un modello di crescita psicofisica condivisa, predilige il lavoro in team e diventa così protagonista nel proprio contesto.

L'obiettivo di Milan Junior - che racchiude il prezioso lavoro delle scuole calcio affiliate al Club in Italia e nel mondo e l'organizzazione dei Milan Junior Camp e degli Special Soccer Camp estivi - è dunque quello di generare cultura sportiva e responsabilità sociale.

Paesi che ospitano Scuole Calcio Milan

Canada

USA

Perù

Algeria

Svizzera

Italia

Spagna

Lituania

Polonia

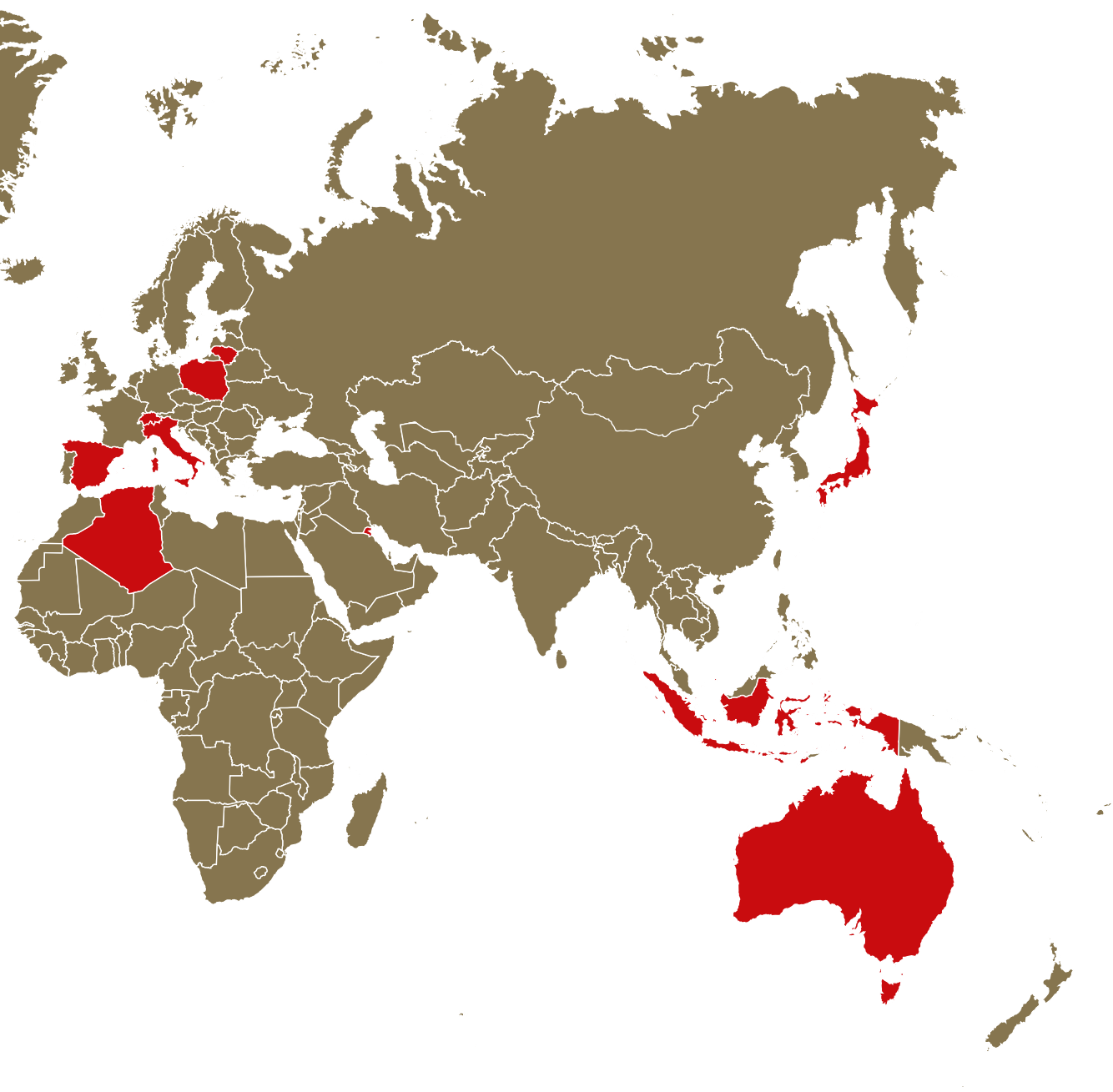
Kuwait

Giappone

Indonesia

Australia





NOME KPI	STAGIONE 2012/2013	STAGIONE 2013/2014	STAGIONE 2014/2015
Numero Scuole Calcio nel Mondo	16	17	18
Numero Scuole Calcio in Italia	94	86	86
Numero Scuole Calcio con squadra femminile	2	3	3
Numero bambini coinvolti Scuole Calcio	27.500	25.750	31.500
Numero tecnici coinvolti Scuole Calcio	1.650	1.550	1.100
Paesi coinvolti Milan Junior Camp	39	38	34
Gestori Milan Junior Camp	27	25	25

13

NAZIONI ESTERE
DOVE SONO
PRESENTI SCM

17

REGIONI MILAN JUNIOR
CAMP E REGIONI DOVE
SONO PRESENTI SCM

L'obiettivo di Milan Junior - che racchiude il prezioso lavoro delle scuole calcio affiliate al Club in Italia e nel mondo e l'organizzazione dei Milan Junior Camp e degli Special Soccer Camp estivi - è dunque quello di generare cultura sportiva e responsabilità sociale.



Il Milan e il territorio

Con il trasferimento della sede della Società in un unico grande edificio che ospita anche servizi commerciali e di intrattenimento, il Gruppo Milan ha voluto riaffermare il proprio legame con la città, creando uno spazio privilegiato di incontro, con i fan e con tutti i cittadini milanesi. Anche in forza di questo legame, è stato deciso di intraprendere e proseguire una serie di iniziative che testimoniano l'attenzione verso la comunità all'interno della quale il Gruppo opera, definita non solo geograficamente, ma anche dall'orizzonte affettivo che, in tutto il mondo, avvicina le persone al Club.

CASA MILAN

A un anno dall'apertura, Casa Milan è diventato un vero e proprio luogo di riferimento per tutti i sostenitori del Club, polo di interesse per i turisti della città e per le famiglie di Milano, le scuole e i residenti del quartiere Portello. La città di Milano può godere così di una nuova location per eventi sportivi e di intrattenimento che, oltre a fornire un ricco palinsesto di appuntamenti dedicati ai tifosi rossoneri, offre servizi e opportunità commerciali a un più ampio pubblico attraverso il ristorante, il negozio e la biglietteria, per gli incontri in programma nel vicino stadio di San Siro.

In quest'ottica si inserisce il nuovo sito internet di Casa Milan e l'attivazione di nuovi canali di comunicazione, quali Facebook, Twitter e Google+, che permettono sia ai tifosi dei colori rossoneri che ai visitatori della nuova sede di essere costantemente aggiornati sui più importanti eventi nella sede del Club.

KPI
2014/2015

9000

FOLLOWERS CASA MILAN



17.700

FOLLOWERS CASA MILAN

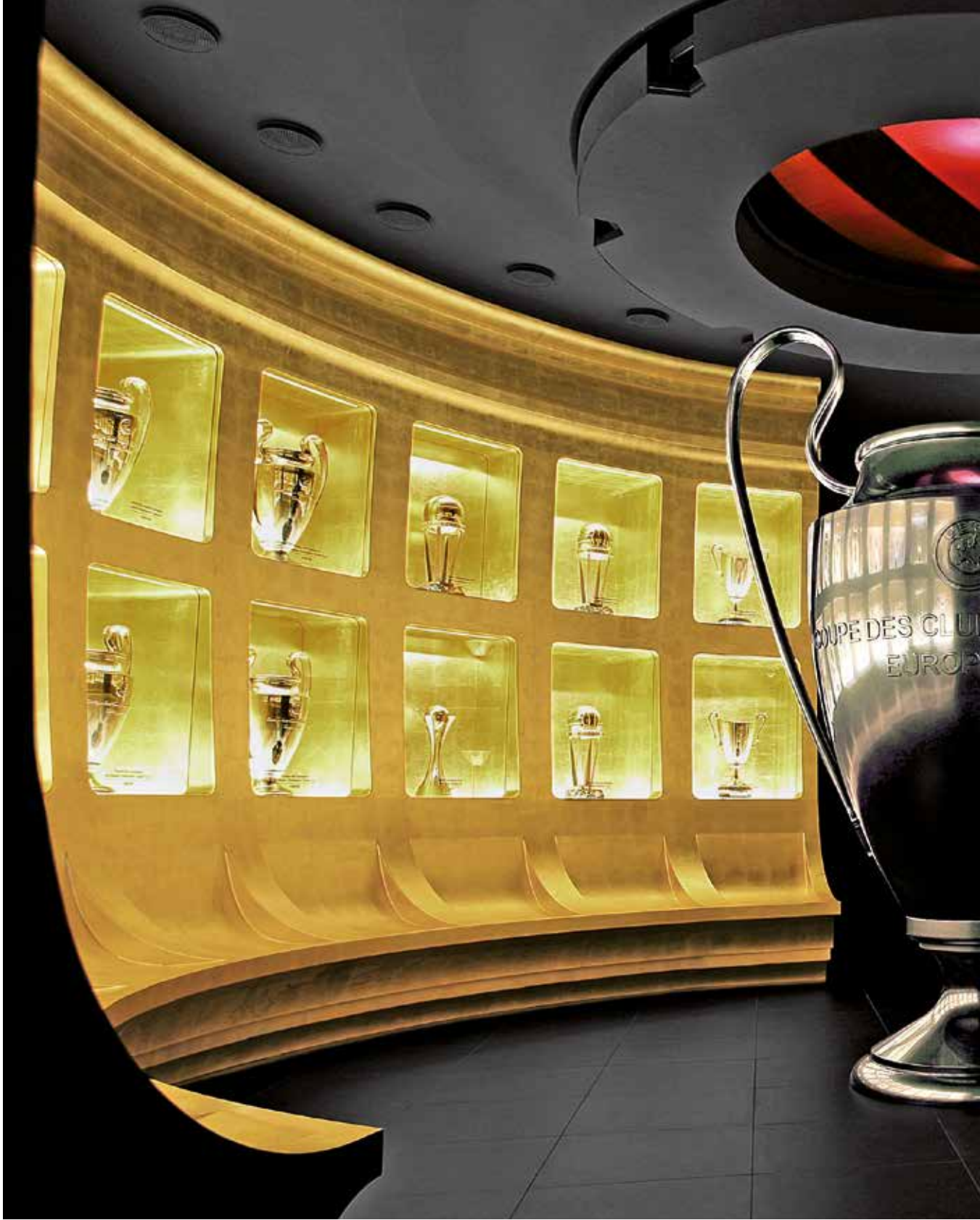


65.000

UTENZE UNICHE MENSILE CASAMILAN.AC MILAN.COM

32.500

UTENZE UNICHE MENSILI CASAMILAN.AC MILAN.COM/MOB





Casa Milan ospita al proprio interno Mondo Milan, il museo dedicato alla storia della società. Obiettivo dell'attività di Mondo Milan è custodire e approfondire il patrimonio storico e sportivo dell'AC Milan, sviluppando proposte di contenuti e percorsi espositivi che animano e arricchiscono l'offerta complessiva del nuovo headquarter.

85.671 INGRESSI TOTALI MUSEO

I visitatori hanno la possibilità di vivere un'esperienza innovativa che unisce on line e off line. All'ingresso è possibile registrarsi in uno speciale digital point dove viene consegnato un braccialetto RFID che permette di personalizzare la visita attraverso dei "+1", un linguaggio comune tra gli utenti Google+ per indicare delle preferenze. I visitatori diventano così parte attiva di Mondo Milan. Tra le installazioni digitali che meglio rappresentano questa filosofia, c'è la parete interattiva denominata Guest Book dove, coloro che si sono registrati all'ingresso vedono apparire la propria foto accanto a quella dei calciatori del Milan, ai membri della Società, oltre alle foto di tutti gli altri visitatori. La partecipazione all'esperienza di Mondo Milan è estesa, attraverso un'apposita applicazione, anche a tutti coloro che, almeno virtualmente, desiderano farne parte.

Un'attenzione speciale è stata riservata alle scuole primarie e secondarie, per le quali sono stati costruiti percorsi formativi specifici.

Prima di cominciare la visita, la classe viene coinvolta in una lezione frontale durante la quale un educatore racconta il sistema di controllo medico e di ricerca scientifica definito dal modello "MilanLab".

Durante il percorso, grazie agli schermi interattivi, gli studenti possono apprendere, in parallelo alla storia del Club, nozioni storiche su tre argomenti:

- l'evoluzione tecnologica della società contemporanea, dal primo volo alle moderne tecnologie informatiche;
- i più importanti avvenimenti della storia mondiale;

- l'evoluzione del gioco fino al più strutturato calcio internazionale.

Nella galleria dei campioni, i giovani visitatori potranno poi scoprire in parallelo ai grandi "artisti" del calcio, che hanno indossato la maglia del Milan, le più grandi correnti artistiche e le tecniche di pittura più note.

▶ SPORT E ARTE

Durante la stagione 2014/2015 è stato inaugurato un nuovo spazio espositivo che ospita le opere di giovani artisti, italiani e internazionali. Un nuovo luogo che, nell'ambito del progetto artistico del Museo Mondo Milan, apre le porte all'arte contemporanea: questo spazio è la prima gallery permanente all'interno della sede di un club di calcio.



COMMUNITY PORTELLO

Contestualmente al trasferimento della sede in via Aldo Rossi, il Gruppo ha espresso la volontà di **integrarsi con il tessuto socio-economico del quartiere Portello**.

Sono stati creati e mantenuti, infatti, canali di comunicazione permanenti con tutti gli stakeholder della comunità che risiede e lavora intorno a Casa Milan.





Il Milan e i tifosi

Per sancire il legame indissolubile tra i tifosi e il Club, il Gruppo Milan ha creato un nuovo dipartimento – Marketing Calcio – incaricato di sviluppare iniziative che mettano i tifosi al centro della vita del Club e della squadra. I fan, infatti, sono il cuore pulsante che fa vivere i colori rossoneri in Italia e nel mondo.

Casa Milan e lo stadio di San Siro sono stati eletti luoghi privilegiati nei quali sviluppare la relazione tra i tifosi e i calciatori della squadra.

La stagione 2014/2015 è stata inaugurata da un grande evento, il Casa Milan Village. Piazza Gino Valle, all'interno della quale sorge il nuovo building del Milan, ha ospitato 4 giorni di divertimento e iniziative speciali all'insegna dei colori rossoneri. Protagonisti di questa manifestazione sono stati non solo i fan del Club, ma anche i simpatizzanti e gli abitanti del quartiere che hanno avuto la possibilità di incontrare i grandi campioni del presente e del passato.

Nel corso della stagione, il panel degli eventi che hanno animato Casa Milan è stato arricchito da numerosi appuntamenti in cui i tifosi hanno potuto conoscere i propri beniamini e sentirsi così più vicini alla Squadra; tra questi i "meet and greet", sessioni di autografi e foto insieme ai fan generalmente ospitate all'interno del Casa Milan Store, e la possibilità di guardare sugli schermi di Cucina Milanello insieme a un calciatore della Prima Squadra le partite in cui il Club gioca in trasferta.

“ Perché il Milan è uno stile di vita, non solo una passione... ”

Tweet di Massi (tifoso)

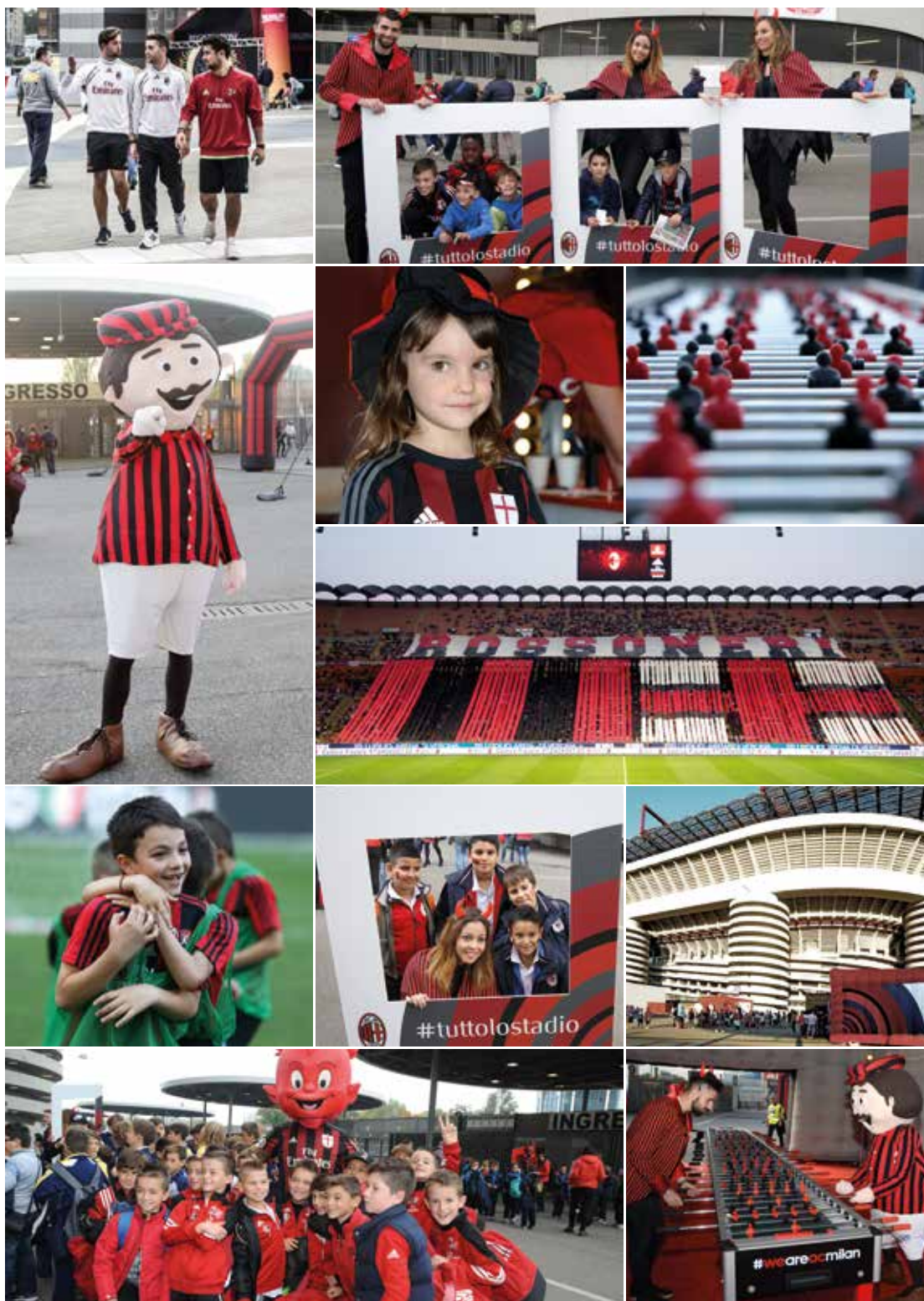
#tuttolostadio

è il nome scelto per il progetto di Sport Production che riunisce tutte le attività di intrattenimento che si svolgono allo stadio di San Siro, fuori e dentro al campo, in occasione delle partite casalinghe del Milan. Nel pre-partita e durante l'intervallo un programma speciale prende vita a partire dall'apertura dei cancelli dell'impianto (due ore prima del calcio di inizio) per coinvolgere i tifosi in ogni momento della loro esperienza allo Stadio. Il Milan Village aspetta i tifosi per coinvolgerli in iniziative come il trucco rossonero, il set fotografico, le postazioni di gioco FIFA 2015, il calciobalilla 11vs11 insieme al personale di animazione dedicato e alle mascotte Milanello e Kilpin (storico fondatore del Club nel 1899). Dagli spalti, invece, si può seguire il palinsesto di contenuti sui due maxischermi dello stadio e che propongono, tra gli altri, approfondimenti sul match, interviste esclusive a ospiti VIP e video musicali.

Assistere a una partita casalinga del Milan a San Siro è un'esperienza unica e speciale. Per questo la Società ha confermato, anche per la stagione 2014/2015, le politiche di accesso per i giovani e le persone con disabilità.

Nell'ambito del Progetto Giovani, più di 32.000 ragazzi sotto i 14 anni hanno avuto l'opportunità di assistere gratuitamente alle partite di AC Milan; più di 3.000 persone diversamente abili, inoltre, insieme ai loro accompagnatori, hanno goduto dell'emozione di vedere le partite dei loro beniamini nella "scala del calcio".

Per favorire la partecipazione dei numerosi tifosi che sono vicini alla squadra, sono state sviluppate diverse iniziative digital che sfruttano pienamente le potenzialità offerte dai canali web attivati dall'Azienda: attraverso le Q&A su Twitter e gli hangout su Google+ i fan hanno potuto interagire direttamente con i loro campioni, pur trovandosi dall'altra parte del mondo.



#alwaysacmilan

è il nome della campagna digitale promossa da adidas e AC Milan nel corso della stagione con l'obiettivo di unire i rossoneri di tutto il mondo in un album fotografico senza confini. I fan sono stati invitati a indossare la loro maglia AC Milan (prima, seconda o terza della stagione in corso o delle passate stagioni) e scattarsi una foto in qualsiasi situazione di vita e in qualsiasi angolo del mondo si fossero trovati. Le fotografie sono state condivise su Facebook, Twitter o Instagram, utilizzando l'hashtag ufficiale #alwaysacmilan. Attraverso la segnalazione della location dalla quale sono state scattate le foto è stato possibile ricreare una vera e propria #alwaysacmilan map del mondo rossonero. Le immagini pubblicate sono entrate a far parte di un social wall fotografico world wide visibile sul sito dedicato all'iniziativa: alwaysacmilan.com. I tifosi hanno potuto prendere parte a un concorso fotografico, indetto da adidas, che ha messo in palio l'esperienza "The Perfect Day" in cui vivere il sogno rossonero per un giorno: trascorrere una giornata speciale in occasione del derby Milan - Inter con tour a Casa Milan (Mondo Milan, shopping experience a Casa Milan Store e pranzo a Cucina Milanello) e due biglietti per il match serale a San Siro con accesso alle aree più esclusive dello stadio. Durante la Sport Production della gara, inoltre, è stata attivata una particolare visibilità delle fotografie vincitrici sul campo. Nel periodo natalizio, infine, Mondo Milan ha ospitato la mostra dedicata all'evento durante la quale sono state esposte le immagini più rappresentative ricevute dai tifosi da tutto il mondo.



24.300.000 FAN AC MILAN



250.000 ISCRITTI



1.070.000 FOLLOWERS



2.640.000 FOLLOWERS



5.260.000 FOLLOWERS



467 POST STAGIONALI



5 SESSIONI Q&A/HANGOUT

33.600 TWEET TOTALI



3.610 TWEET STAGIONALI



82% FOLLOWERS STRANIERI



93% FAN STRANIERI



117.777.278 N. VISUALIZZAZIONI



8 N. TOP CLUB (PER VIEWS)



7 POSIZIONE PER NUMERO FAN
TRA I CLUB (LIVELLO MONDIALE)



1 POSIZIONE PER NUMERO DI FAN TRA I CLUB

1.500.000 UTENZE UNICHE MENSILI
AC MILAN.COM

300.000 UTENZE UNICHE MENSILI
AC MILAN.COM (MOBILE)

4.500 NEWS CARICATE

Vivere lo stadio in sicurezza

La Società si fa carico anche della sicurezza e del controllo allo stadio di San Siro. A ogni gara casalinga del Milan, infatti, sono presenti circa ottocento steward che garantiscono informazioni e assistenza in tutti i settori della struttura sportiva, garantendo ai tifosi e a tutti gli ospiti la possibilità di vivere un'esperienza positiva durante la partita.

Lo stadio è accessibile attraverso sedici ingressi dotati di centosessantaquattro tornelli girevoli e quattro tornelli per l'ingresso di persone disabili. L'accesso viene agevolato attraverso la segnalazione sul biglietto o abbonamento dell'ingresso in funzione del settore di appartenenza, così da renderlo rapido e sicuro.

Lungo tutto il perimetro della cancellata che delimita l'area dello stadio sono presenti quattrocentonovanta uscite di sicurezza, oltre a otto percorsi per l'accesso e il deflusso dei mezzi di primo soccorso.

A San Siro è presente anche un moderno impianto di videosorveglianza per il controllo interno ed esterno della struttura.

La sicurezza dell'impianto è una delle priorità del Gruppo Milan perché lo stadio possa essere fruito da tutti, adulti, famiglie e bambini, nella convinzione che una partita di calcio, oltre che una gara agonistica, debba essere anche una festa.

SERVIZIO SANITARIO

Nel corso della stagione 2014/2015 il Milan ha confermato la propria politica di investimento e di miglioramento delle attività in ambito sanitario, avviata da oltre 20 anni a tutela degli utenti (spettatori, personale di servizio, dirigenza, atleti, arbitri), in particolare per le manifestazioni organizzate presso lo stadio di San Siro.

Il Piano di Soccorso Sanitario per la stagione è stato ridefinito e integrato affidando a IRCCS Ospedale San Raffaele-O.S.R. la fornitura del personale addetto ai soccorsi all'interno dell'impianto. Insieme ad altri operatori sanitari, O.S.R. fornisce materiale sanitario, tecnologie diagnostico-terapeutiche e mezzi di soccorso a integrazione delle dotazioni sanitarie fisse (Posti di Primo Intervento Sanitario-PPIS) presenti allo stadio.

Il Piano in vigore è stato approvato dall'Azienda Regionale per l'Emergenza/Urgenza sanitaria (A.R.E.U.), in conformità alla normativa Regionale vigente.

Attualmente, per una manifestazione sportiva tipo allo Stadio, il Piano di Soccorso Sanitario prevede, a seconda degli accessi al Pubblico, le seguenti dotazioni:

- **Personale Sanitario:** tra cento e centocinquanta operatori sanitari, di cui da sei a nove medici specialisti (sempre almeno quattro anestesisti rianimatori ed un chirurgo), da sette a dieci infermieri di area critica, da cento a cento trenta soccorritori abilitati dall'A.R.E.U.
I soccorritori sono organizzati in Squadre Sanitarie da 16 a 23 componenti e sono disposte strategicamente all'interno dello Stadio in modo tale da poter intervenire ovunque entro 3-5 minuti.
- **Mezzi di Soccorso:** un centro mobile di rianimazione e quattro mezzi di soccorso di base.
- **P.P.I.S.:** da sei a otto postazioni sanitarie fisse, tutte attrezzate in modo identico per poter affrontare interventi sanitari di emergenza e urgenza salvavita e di primo soccorso di differente gravità. Ogni P.P.I.S. è dotato fra l'altro di un Carrello mobile per le emergenze, di un monitor defibrillatore con opzione di telemedicina (possibilità di trasmettere l'ECG in caso di infarto alla Centrale Operativa 112 e da qui alla Rete Cardiologica Ospedaliera), di farmaci, di zaini e marsupi per gli interventi tra la folla.

- Sono presenti una Squadra Sanitaria in Area Executive e due Squadre Sanitarie in Tribuna Rossa durante tutta la durata della manifestazione e del Servizio Sanitario.
- In applicazione al Regolamento UEFA, esteso anche alle manifestazioni del Campionato di Serie A e a tutti gli incontri organizzati dal Milan, il P.S.S. prevede:
 - a) una medical room nell'area spogliatoi attrezzata con tutto il materiale previsto dalla check list (in primis il monitor-defibrillatore); il centro mobile di rianimazione viene tenuto a disposizione di atleti, arbitri e personale dirigenziale;
 - b) tre postazioni a bordo campo, ognuna con un medico specialista in anestesia e rianimazione, un infermiere (emergency team) e due Squadre di quattro soccorritori a bordo campo, posizionate lateralmente alle due metà campo. Tutto il personale opera in stretta collaborazione con il team sportivo, avendo condiviso le procedure di intervento e di trasporto degli infortunati con il responsabile medico della società. Il team di medici e di soccorritori si avvale del materiale previsto dal Regolamento UEFA, posizionato a bordo campo.
- Tutti gli operatori sanitari sono in collegamento radio tra loro e con la centrale mobile di coordinamento radio, introdotta per la prima volta durante le manifestazioni della Stagione 2014-2015.
- Il responsabile sanitario, facente parte di diritto del Gruppo Operativo Sicurezza (G.O.S.), ha partecipato a tutte le Riunioni presso la Questura e allo Stadio. Durante le manifestazioni comunica direttamente con la Centrale Operativa del G.O.S. attiva prima, durante e dopo la manifestazione.
- Il Servizio, ad eccezione di specifiche prescrizioni da parte del G.O.S., è operativo per cinque ore: di regola da due ore e mezza prima dell'inizio della manifestazione (trenta minuti prima dell'apertura degli ingressi) ad almeno quarantacinque minuti dopo il termine della gara.
- Durante tutta la durata del Servizio, il Responsabile è in collegamento tramite linea telefonica fissa e via cellulare con la Centrale Operativa dell'A.R.E.U. e la Centrale Operativa. Questa integrazione, confermata per la Stagione 2014/2015, è

indispensabile nel caso eventuale di maxi-emergenza e nei casi di codice di gravità rosso e giallo. In questi ultimi due casi la Centrale Operativa indica al responsabile l'ospedale cittadino o provinciale al quale andrà indirizzato l'eventuale trasporto sanitario del paziente. In tutti i casi di codice rosso o giallo il paziente viene trasportato con equipe medico-infermieristica di Rianimazione all'ospedale indicato. La Centrale Operativa, grazie a un sistema di telemedicina cardiologica e del quale è dotato lo Stadio, in caso di Infarto o attacco cardiaco ischemico a San Siro riceve, via web, da ognuno dei P.P.I.S. dello Stadio il tracciato ECG e, a sua volta, lo invia sempre per via telematica al centro cardiologico di riferimento, uno dei dodici attivi a Milano: questo sistema, assolutamente unico in Italia nel caso di un impianto sportivo, permette di portare il paziente in sala emodinamica con tecnica di rivascolarizzazione entro sessanta minuti dall'evento acuto, non solo salvandogli la vita ma ripristinando la sua funzione cardiaca in toto.

- Punto di assoluta novità e di grande rilevanza sanitaria è rappresentato, anticipando l'applicazione della normativa vigente, tutte le squadre sanitarie sono state dotate di un defibrillatore semi automatico, abbattendo di circa cinque minuti il tempo di intervento sugli spalti ed in tutta l'area di concessione rispetto alle stagioni precedenti.

Per ciò che riguarda l'attività nel corso della Stagione 2014/2015, l'indice di intervento sanitario è stato di 0,25/0,35 interventi sanitari ogni 1.000 presenti in ogni area dello stadio e dall'area in concessione. L'indice più alto riguarda le manifestazioni con oltre 35 mila presenti. Questo dato è in linea con quello delle stagioni precedenti.

Sono da segnalare nel corso della stagione due interventi di rianimazione cardio-polmonare, uno in tribuna autorità all'inizio della manifestazione e un altro all'esterno dell'ingresso quattordici, al termine della partita. Si è trattato in entrambi i casi di arresto cardio-circolatorio secondario a fibrillazione ventricolare.

I pazienti sono stati sottoposti a intervento rianimatorio entro due minuti dall'evento e dalla improvvisa perdita di coscienza, con utilizzo della defibrillazione ventricolare e della ventilazione assistita da parte dell'anestesista rianimatore e del personale infermieristico intervenuto, evitando non solo una morte certa ma anche danni neurologici permanenti.

Gli interventi di grado significativo sugli atleti, con trasporto in sala medica e assistenza da parte del medico specialista in supporto al Medico sociale sono stati dodici.

Promuovere il cambiamento sociale attraverso il lavoro di Fondazione Milan

Il Gruppo Milan è da sempre attento verso coloro che si trovano in situazioni di difficoltà. Dal 2003 Fondazione Milan Onlus esprime concretamente questa volontà del Club in iniziative a favore della collettività per dare risposte concrete, positive e durature ai bisogni emergenti di bambini e ragazzi che vivono situazioni difficili a causa della povertà, violenza e discriminazione.

Nella stagione 2014/2015, Fondazione Milan ha completato il percorso di crescita interna che l'ha portata a trasformarsi da puro intermediario filantropico – sostenendo principalmente interventi promossi da terzi – a soggetto con l'obiettivo di incrementare il proprio impatto sociale. La Fondazione è un'organizzazione direttamente impegnata in progetti benefici nei quali mette a frutto competenze e strumenti specifici del Club. In questa prospettiva lo sport e i suoi valori diventano l'elemento fondante di una proposta di cambiamento sociale, attraverso i quali investire sulle potenzialità dei giovani, esaltando le loro capacità e sostenendo i loro desideri.



Fondazione Milan in numeri

12

ANNI DI ATTIVITÀ

16

PAESI INTERESSATI

95

ORGANIZZAZIONI NON
PROFIT SOSTENUTE

NOME KPI	STAGIONE 2013/2014	STAGIONE 2014/2015
Numero di programmi operativi gestiti da Fondazione Milan	1	4
Valore dei programmi operativi gestiti da Fondazione Milan	€ 30.480	€ 384.188
Numero di progetti sociali finanziati da Fondazione Milan	10	8
Valore dei progetti sociali finanziati da Fondazione Milan	€ 553.973	€ 553.136
Valore complessivo dell'investimento di Fondazione Milan	€ 584.453	€ 937.324
Numero di giovani coinvolti dai programmi operativi gestiti e nei progetti sociali finanziati da Fondazione Milan	4.072	~ 10.000

PLAY FOR CHANGE LO SPORT PER L'INCLUSIONE SOCIALE

Per ciascun ragazzo viene elaborato un progetto formativo personalizzato che comprende:

PRATICA SPORTIVA
presso associazioni
reputate

**ATTIVITÀ DI COACHING
INDIVIDUALE**
con il supporto di
un educatore e uno
psicologo

**LABORATORI
EDUCATIVI E FORMATIVI**
di riscoperta di abilità
e competenze

Fondazione Milan crede che i ragazzi abbiano bisogno di essere accompagnati e sostenuti nella realizzazione del proprio percorso di crescita e che lo sport possa rappresentare uno strumento di contatto e di riattivazione. Soprattutto per i ragazzi in difficoltà, questo costituisce un formidabile motore di cambiamento. Lo sport, infatti, facilita un rapporto più costruttivo con gli adulti e con i propri coetanei, promuovendo la collaborazione tra i componenti del gruppo e la disponibilità al sacrificio per il raggiungimento di un obiettivo comune.

Con questo spirito nasce il programma Play For Change che, durante la stagione 2014/2015, conta 7 presidi dedicati a giovani a rischio in Italia. Si tratta di spazi in cui convergono attività e servizi diversi mirati a creare reti sociali nuove e sane per prevenire e intervenire su comportamenti devianti, evitando così forme di isolamento e marginalizzazione.

Realtà sportive e istituzioni locali cooperano nel programma che coinvolge ragazzi tra gli 11 e i 24 anni in percorsi creati per restituire loro la fiducia in se stessi e negli adulti, aiutarli a riprendere gli studi o a immettersi nel mercato del lavoro.

Il programma prevede una forte responsabilizzazione e formazione delle risorse locali in ottica di un loro empowerment, affinché questa iniziativa sia più facilmente sostenibile a distanza di tempo anche in modo autonomo.

7

PRESIDI ATTIVATI

5

CITTÀ

3

REGIONI

17

ISTITUZIONI
LOCALI COINVOLTE

OLTRE 100

RAGAZZI BENEFICIARI





SPORT FOR ALL

Fondazione Milan, in linea con la propria mission, si impegna a promuovere e sostenere le iniziative che avvicinino alla pratica sportiva bambini e ragazzi diversamente abili che, altrimenti, non potrebbero vivere questa esperienza. Grazie allo sport, i ragazzi sono facilitati nei processi di socializzazione con i loro coetanei, a relazionarsi con ambienti e persone nuove arrivando così a maturare una migliore percezione di loro stessi.

Questi sono i presupposti su cui poggia l'esperienza degli Special Soccer Camp, nata dalla collaborazione tra Fondazione Milan e Milan Junior.

In occasione dei Camp estivi rossoneri, infatti, bambini e ragazzi con disabilità hanno la possibilità di svolgere a titolo completamente gratuito attività sportiva – calcio, basket, volley – adatta alle diverse condizioni e problematiche, insieme ai bambini e ai ragazzi a sviluppo tipico, in un contesto di gioco e divertimento strutturato.

Tra i beneficiari di questo progetto rientrano a pieno titolo anche le famiglie dei ragazzi: in un periodo delicato in cui le scuole e molti servizi del territorio sono chiusi, le famiglie trovano un luogo dove i figli possono frequentare un'attività sportiva adeguata alle loro esigenze, seguiti da tutor, psicologi, medici specializzati, che formano e accompagnano anche i tecnici sul campo. Per gli allenatori l'integrazione tra bambini con disabilità e quelli a sviluppo tipico è una sfida difficile, ma affascinante e coinvolgente. Tutti i partecipanti hanno così l'opportunità di vivere un'esperienza unica e un'occasione di incontro, confronto e crescita.

I numeri degli Special Soccer Camp della stagione 2014/2015

4

LOCALITÀ,
DI CUI 1 IN GERMANIA

9

SETTIMANE
DI GIOCO DONATE

4

ASSOCIAZIONI IMPEGNATE
NELLA PROMOZIONE
DI SERVIZI PER I RAGAZZI
DIVERSAMENTE ABILI

75

RAGAZZI BENEFICIARI

“ Gli Special Soccer Camp sono per me un’esperienza unica. Qui posso conoscere diverse problematiche e diverse realtà, osservando la voglia di questi ragazzi di divertirsi e di sentirsi protagonisti, o semplicemente di esserci, come tutti gli altri, senza sentirsi diversi per la condizione in cui vivono ”

Mattia, istruttore sportivo

SENSIBILIZZAZIONE E ADVOCACY

Lo sport è di per sé catalizzatore di valori positivi universali tra cui il rispetto e l'affermazione della diversità dei talenti personali, la disponibilità al sacrificio, lo spirito di squadra e l'inclusione. Con questa consapevolezza, Fondazione Milan si impegna a favorire opportunità di crescita educativa attraverso occasioni di incontro e coinvolgimento dei giovani nei loro contesti quotidiani, in cui promuovere i valori dello sport, così che questi diventino fonte di ispirazione e di guida per le nuove generazioni, non solo per il loro benessere personale ma anche per la crescita della comunità.

Nella stagione 2014/2015 Fondazione Milan ha lanciato la campagna di sensibilizzazione *shave your styule #rispettailmiostile*, con il supporto di Braun, con l'obiettivo di sostenere i valori del rispetto reciproco tra i ragazzi delle scuole superiori ed esortarli a riconoscere e apprezzare lo stile degli altri, quale condizione necessaria per l'integrazione nella società. Dal punto di vista sportivo questa è la stessa condizione per il successo in campo, come testimoniato dai campioni dello sport che la Fondazione ha coinvolto nel progetto.

Circa 1700 studenti tra i 14 e i 18 anni – fascia di età nella quale il tema dello stile personale e del rispetto è particolarmente significativo – sono stati invitati a riflettere e a confrontarsi anche attraverso laboratori educativi sulla consapevolezza della propria identità e sull'uso positivo delle proprie capacità in una logica di integrazione delle differenze. Nel calcio come nella vita il rispetto dell'avversario è fondamentale e ogni stile diverso si integra e contribuisce al successo del team.

I numeri del progetto

1.700 STUDENTI HANNO PRESO PARTE AGLI INCONTRI **6** INCONTRI PUBBLICI

OLTRE 100 ELABORATI SONO STATI PRESENTATI DAGLI STUDENTI **17** RELATORI TRA CUI GRANDI CAMPIONI SPORTIVI

60 GRUPPI CLASSE SONO STATI COINVOLTI IN ATTIVITÀ LABORATORIALI COME OCCASIONI DI RIFLESSIONE SUL TEMA DELLA DIVERSITÀ E DEL RISPETTO; PER QUESTI LABORATORI SONO STATI PREDISPOSTI APPOSITI MATERIALI DI APPROFONDIMENTO



SPORT: P

DISPONIB

EDU

SALUTE S

RISPETTO

BILITÀ

CAZIONE

ACRIFICIO

► **SPORTS
FOR PEACE**

Il 10 dicembre 2014, il Capitano Franco Baresi ha inaugurato il Centro Sportivo di Bteknay, in Libano; il centro è stato ristrutturato dall'Alto Commissariato per i Rifugiati delle Nazioni Unite. L'inaugurazione della struttura, celebrata da un grande torneo di calcio, si colloca all'interno del più ampio progetto Sports for Peace a cui Fondazione Milan si è dedicata negli ultimi due anni, sostenendo l'impegno di UNHCR a favore della popolazione siriana rifugiata in Libano.

Sono stati due anni di lavoro intensi che hanno portato risultati importanti:

- **2.000 bambini e bambine**
siriani e libanesi, di età compresa fra i 6 e i 17 anni, sono stati coinvolti senza distinzioni di età, sesso, religione e lingua e, supportati da équipes specializzate, hanno avuto la possibilità di praticare sport e di socializzare in luoghi sicuri e a misura di bambino.
- **12 strutture sportive**
in differenti aree del Libano sono state ristrutturate e riabilite;
- **84 allenatori**
sono stati formati per dare una continuità al lavoro;
- **200 genitori**
hanno partecipato a corsi sull'importanza della comunicazione non violenta e sulla protezione dei bambini.

Numeri significativi che assumono un rilievo ancora maggiore se si pensa che tutto questo è avvenuto in un paese, il Libano, che ospita oltre 1.1 milioni di rifugiati siriani, pari ad oltre un quarto della popolazione libanese. Ancora di più se pensiamo che, tra i rifugiati siriani registrati, la metà, circa 600mila, sono bambini quasi del tutto esclusi dal sistema scolastico o da qualunque altro servizio che possa garantire una crescita sana e possa porre le basi per una possibile integrazione.



► **MUOVERSI BENE
PER CRESCERE
MEGLIO**

Per la crescita fisica equilibrata, nella fascia di età 6-10 anni, è fondamentale seguire una corretta metodologia e una sistematica pratica di alfabetizzazione motoria.

Nella scuola primaria italiana le attività motorie sono condotte da insegnanti spesso privi di specifica formazione, che rischiano di proporre ai bambini esercizi impropri. Per questo Fondazione Milan ha voluto sviluppare un progetto e garantire ai bambini il diritto a giocare e praticare l'attività motoria come mezzo finalizzato alla salute psicofisica, all'integrazione e al miglioramento della qualità della vita.

Nel corso dell'anno scolastico 2014/2015 una selezione di scuole su tutto il territorio nazionale ha avuto la possibilità di partecipare gratuitamente all'iniziativa Muoversi bene per crescere meglio.

Il programma ha previsto tre tipologie di intervento:

- **l'affiancamento dell'insegnante di classe**
da parte di istruttori esperti in modo che possa familiarizzare con le pratiche di educazione fisica più adeguate alle effettive esigenze e bisogni dei bambini in una delicata fase evolutiva. Ogni insegnante ha svolto 80 ore di lezione in compresenza.
- **3 incontri di formazione**
per tutti gli insegnanti di ciascuna scuola da parte di Formatori Milan Academy; a tutti gli insegnanti è stata consegnata la guida alle attività motorie nella Scuola Primaria "Muoversi bene per crescere meglio" con suggerimenti per approfondimenti pluridisciplinari utili a proseguire il lavoro intrapreso anche in futuro.
- **Distribuzione a tutte le famiglie di una vera e propria guida all'educazione motoria**
per evitare i più frequenti errori pedagogici e pratici e favorire le attività più adeguate alle effettive esigenze di bambine e bambini in una delicata fase evolutiva.

In occasione del compleanno di Casa Milan, 400 bambini delle scuole primarie milanesi protagonisti del progetto sono stati accolti nella piazza antistante la sede del Milan. I ragazzi hanno trascorso la mattinata tra attività ludiche organizzate in Piazza Gino Valle e la visita guidata al museo, dove hanno avuto la possibilità di vivere la gloria rossonera grazie al percorso a loro dedicato, Milan Kids.

400

CLASSI

17

CITTÀ

48

PLESSI SCOLASTICI

18

ASD

8

REGIONI COINVOLTE







MILAN GLORIE

Nata ormai 6 anni fa dal desiderio delle grandi stelle rossonere di ritrovarsi e celebrare la gioia di stare insieme sul campo continuando a tenere alto il blasone della squadra il cui successo hanno contribuito a costruire, Milan Glorie è cresciuta nel tempo oltre l'intuizione originaria e ha permesso non solo di diffondere la positività dei valori dello sport, ma anche di promuovere e rafforzare l'azione di Fondazione Milan.

Campioni come Paolo Maldini, Franco Baresi, Andriy Shevchenko, si sono impegnati in questi mesi in importanti match amichevoli internazionali e in altri eventi che hanno permesso a Fondazione Milan di raccogliere fondi a supporto dei propri progetti sociali. Il loro operato è fondamentale anche nel ruolo di ambasciatori della Fondazione.

EURO
217.327

DESTINATI AI PROGETTI
DI FONDAZIONE MILAN

Goal

2015/2016

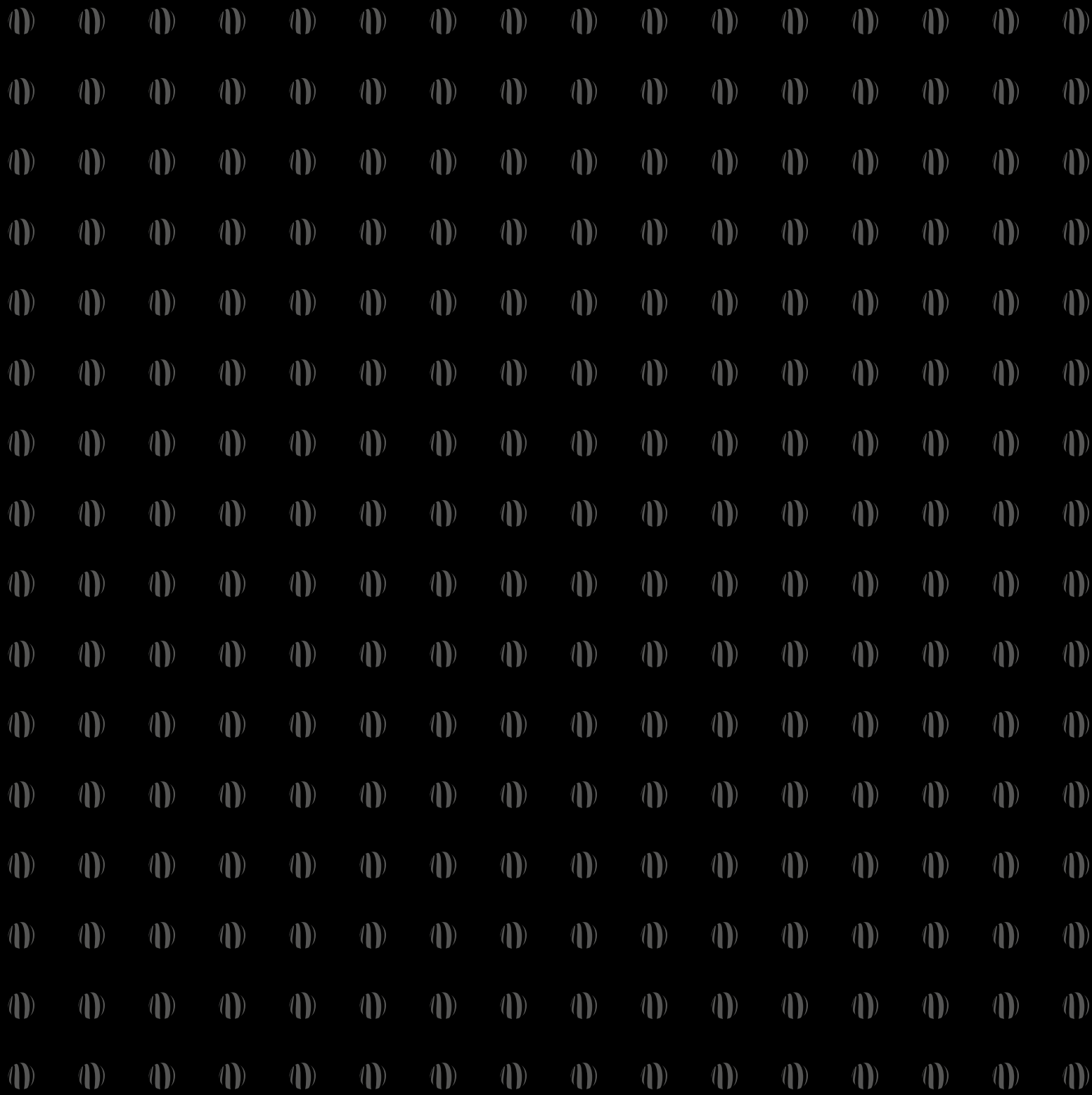


COMMUNITY

- **Presentare un piano di intervento** a medio termine, per contribuire, insieme all'amministrazione pubblica, alle associazioni e ai privati, a promuovere lo sviluppo economico, sociale e culturale del quartiere Portello, attraverso un calendario comune di iniziative e attività.
- **Lanciare il programma "Muoversi bene per crescere meglio"**, formazione e appoggio durante le ore di educazione fisica per 5000 bambini delle scuole elementari.
- **Aumentare il numero di presidi di Fondazione Milan** per essere più vicini ai bisogni della comunità e garantire una risposta più efficace ed immediata agli stessi. **Rendere sempre più efficace l'intervento** anche attraverso il supporto scientifico dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano.
- **Proseguire l'attività di analisi dei nostri stakeholder**, per mantenerli sempre al centro del nostro progetto.



Ambiente



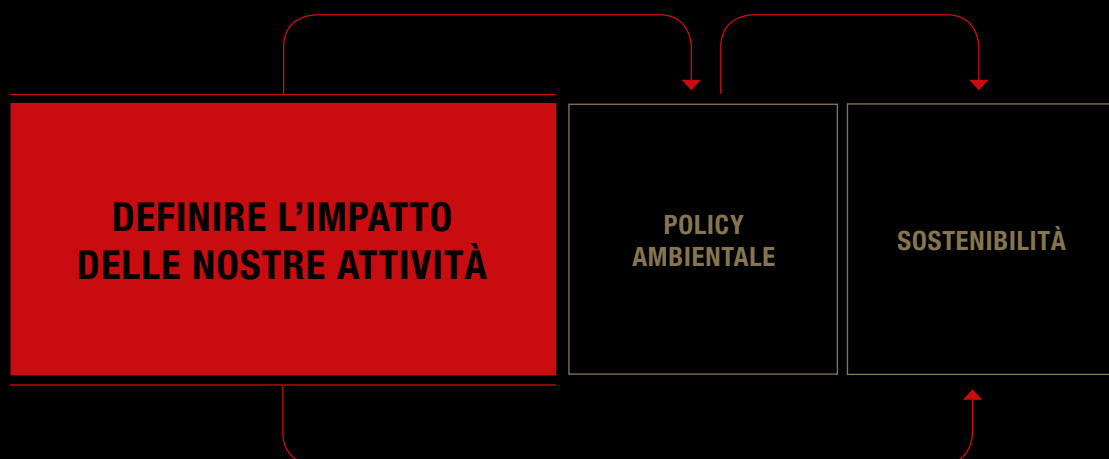
05

Definire il nostro impatto ambientale

Come definito nel Rapporto di Sostenibilità relativo alla stagione sportiva 2013/2014, l'obiettivo principale del pillar "ambiente" è di implementare un sistema di gestione ambientale complessivo.

Il primo passo è definire l'impatto delle nostre attività. Il Gruppo sta, infatti, svolgendo un'accurata analisi iniziale, per redigere successivamente la propria policy ambientale, vera e propria Costituzione "Green", che rappresenterà il riferimento per continuare il nostro percorso verso la sostenibilità.

L'analisi ambientale permetterà alla Società di individuare, nell'ambito di ciascuna attività operativa, le aree di miglioramento nelle quali concentrare i propri sforzi.



Favorire scelte sostenibili: la gestione ambientale delle strutture

160.000 m²

ESTENSIONE AREA
VERDE MILANELLO

CONSUMI MILANELLO	STAGIONE 2013/2014	STAGIONE 2014/2015
Consumi metano (m ³)	146.593	124.426
Consumi elettricità (KWH)	1.899.936	1.483.645
Consumi Gasolio (lt)	-	-
Consumi GPL (lt)	-	-
Consumi acqua (m ³)	12.000	5.495
Sfruttamento energie rinnovabili (% energia da fonti rinnovabili su consumo energetico tot)	46	38
Sfruttamento risorse idriche da raccolta "in loco" (m ³)	22.140	16.758
Consumo Carta totale (risme)	100	200
% consumo di FSC sul totale	-	100

Dal 2011 si registra una generale riduzione dei consumi.

Nel centro Sportivo di Milanello sono presenti 3 bacini artificiali per irrigazione, alimentati con l'acqua estratta dal pozzo e dall'acqua piovana. L'utilizzo dell'acqua raccolta in questi bacini permette di risparmiare una quantità equivalente di acqua potabile.

Dal 2006 a oggi c'è stato un progressivo incremento del ricorso a prodotti naturali; ogni nuovo prodotto per la cura e la manutenzione dei campi prevede l'approvazione da parte del medico sociale che ne valuta l'impatto sulla salute dei giocatori (le schede tecniche per la valutazione sono preparate da un agronomo). Il ricorso a prodotti naturali tutela la salute degli atleti e, al tempo stesso, permette di ridurre l'impatto sull'ambiente.

NOME KPI	STAGIONE 2013/2014	STAGIONE 2014/2015
% di prodotti pesticidi/agrofarmaci naturali (a basso impatto ambientale) sul totale	70	70
% di prodotti per concimazione dei campi naturali (a basso impatto ambientale) sul totale	50	70
CONSUMI VISMARA	STAGIONE 2013/2014	STAGIONE 2014/2015
Consumi metano (m³)	15.600	13.900
Consumi elettricità (KWH)	108.000	116.400
Consumi gasolio (lt)	35.000	39.000
Consumi acqua (m³)	6.000	6.200
Sfruttamento energie rinnovabili (% energia da fonti rinnovabili su consumo energetico tot)	37,5	38
Sfruttamento risorse idriche da raccolta "in loco"	no	27.600
Consumo carta totale (risme)	300	310
% consumo di FSC sul totale	no	100

230.000 m²

ESTENSIONE AREA
VERDE VISMARA

È stato costruito un pozzo artesiano per l'irrigazione del verde.
L'investimento è stato di circa 50.000 euro.

Il lieve aumento di consumo di energia elettrica rispetto alla stagione scorsa è causato dall'installazione del nuovo impianto di condizionamento nella palazzina uffici ristrutturata.

L'aumento di consumo è stato parzialmente mitigato dalla sostituzione di tutti i corpi illuminanti di spogliatoi e tribuna (ristrutturati) con nuova tecnologia led.

CONSUMI STADIO	STAGIONE 2013/2014	STAGIONE 2014/2015
Consumi metano (m³)	224.725	213.086
Consumi elettricità (KWH)	6.094.278	5.609.069
Consumi acqua (m³)	224.725	230.000
Cibo dato in beneficenza (Kg)	3.450	3.300

Proseguono i lavori per l'installazione dell'impianto di co-generazione a gas metano e per il riscaldamento del terreno da gioco.

CONSUMI CASA MILAN	STAGIONE 2013/2014	STAGIONE 2014/2015
Consumi metano	n/a	207.990
Consumi elettricità	271.786	2.361.992
Consumi acqua	n/a	2.898
% luci a basso consumo vs luci totali sul totale	0	100
Sfruttamento energie rinnovabili (% energia da fonti rinnovabili su consumo energetico tot)	0	38
Consumo carta totale in risme	n/a	2.860
% consumo di FSC sul totale	0	100

I consumi di elettricità pubblicati nel rapporto di sostenibilità 2013/2014 si riferiscono alla sede di via Turati, molto più piccola di quella attuale che, oltre agli uffici, comprende anche il museo, lo store e il ristorante.



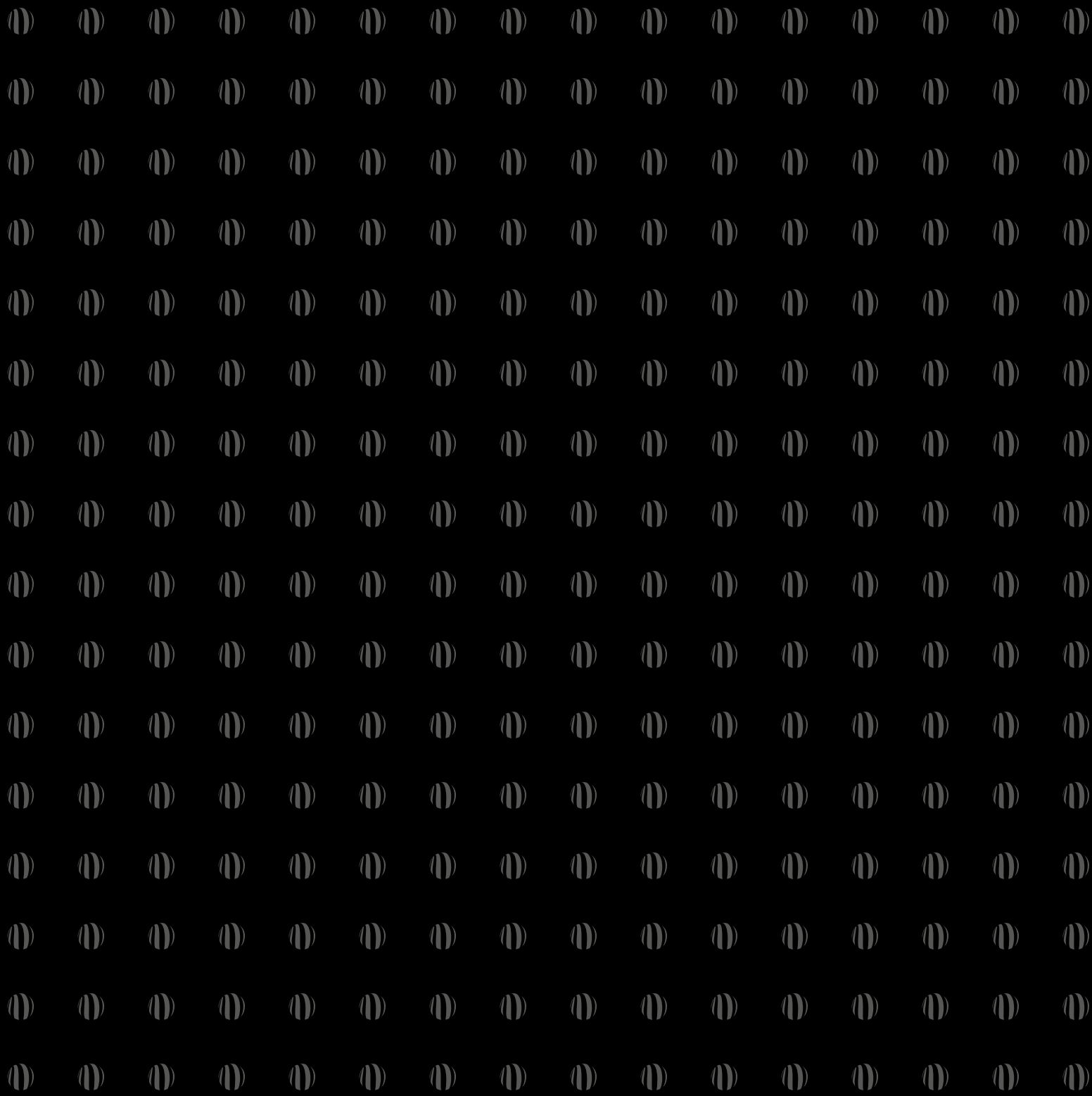
Goal

2015/2016

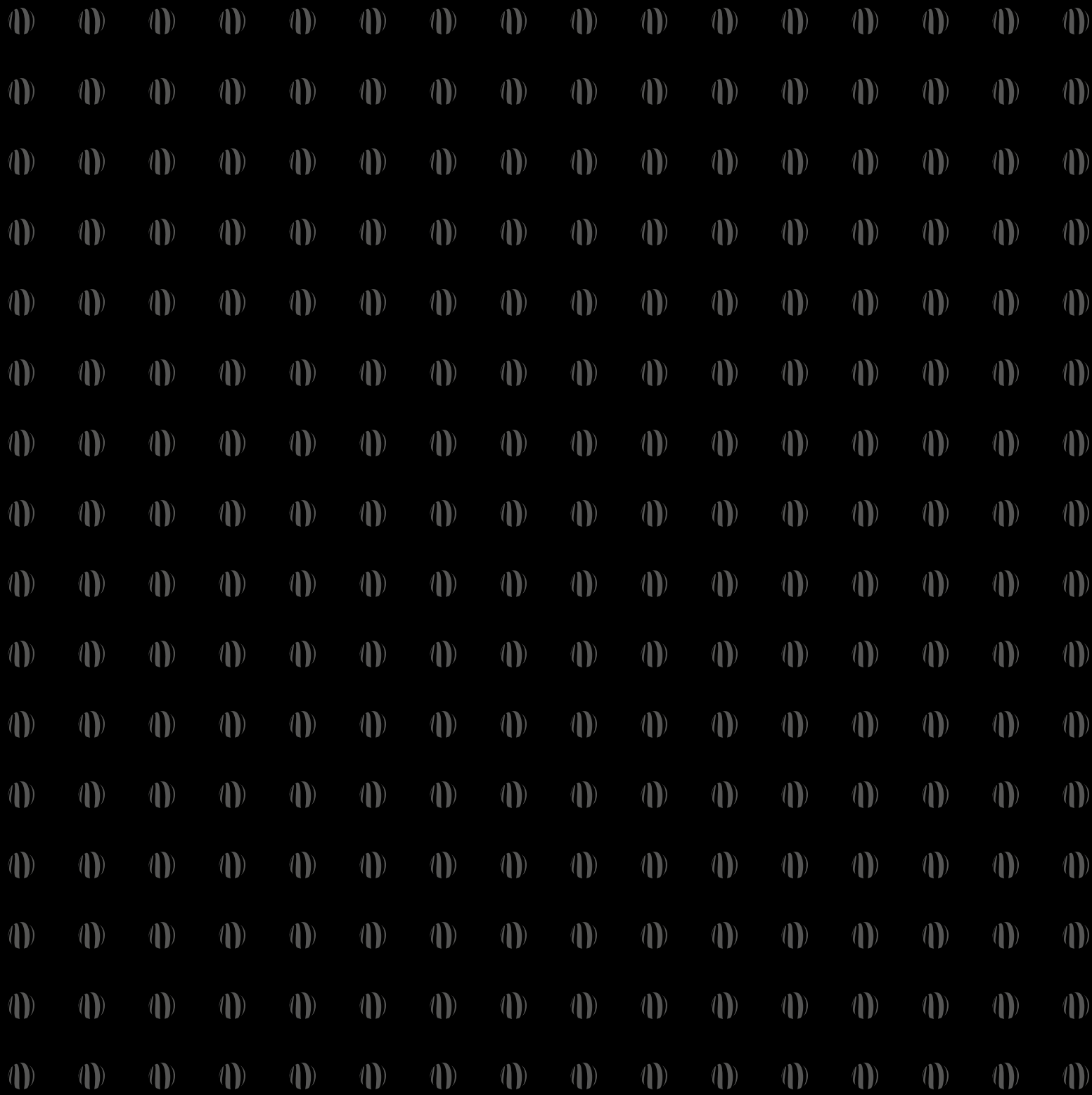


AMBIENTE

- **Completare l'analisi ambientale del Gruppo Milan**, passo fondamentale per capire l'impatto della nostra attività.
- **Redigere la policy ambientale del Gruppo**, per poter definire i principi che guideranno l'intervento.
- **Definire il piano di intervento ambientale**, con l'obiettivo di ridurre l'impatto delle attività del Club.
- **Lanciare una campagna di comunicazione per i dipendenti** per promuovere comportamenti sostenibili in tutti i siti del Gruppo Milan.

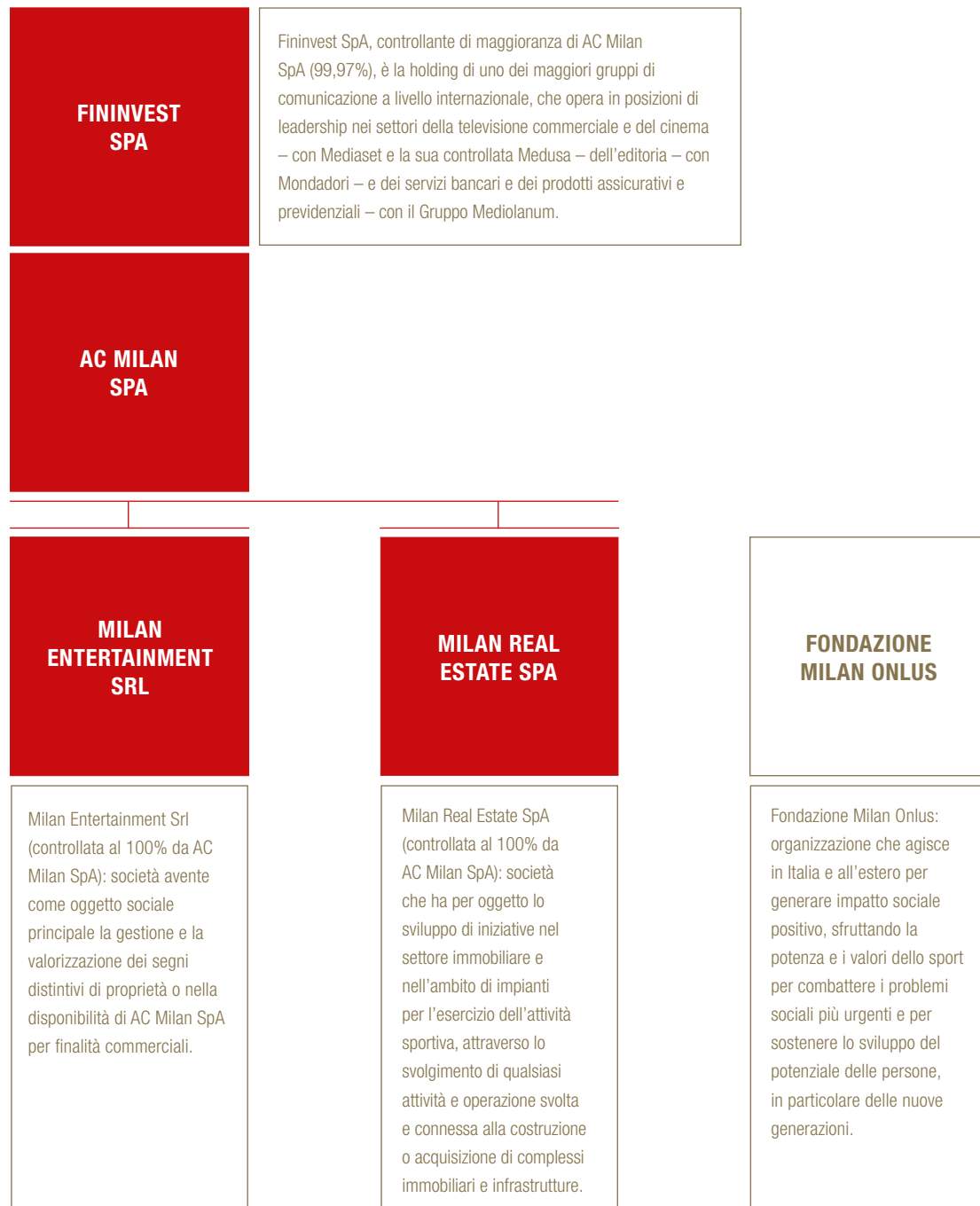


**Il Gruppo
Milan**



06

L'assetto societario



Nota: AC Milan detiene anche una partecipazione pari al 50% nella società M-I Stadio Srl, costituita con F.C. Internazionale SpA per la gestione tecnica e commerciale dello Stadio San Siro di Milano.

AC MILAN è socio fondatore di Fondazione Milan ONLUS.

Il sistema di governance

Il sistema di corporate governance del Gruppo Milan si articola nei seguenti organi:

- **Consiglio di Amministrazione**
- **Assemblea dei Soci**
- **Collegio sindacale**

La struttura di governo si completa con il Sistema di controllo interno e di gestione dei rischi, il Codice Etico, le Linee di Condotta e il Modello di organizzazione, gestione e controllo idoneo a prevenire la commissione dei reati ai sensi del D. Lgs. 231/01. Il Gruppo Milan si avvale di una società di revisione per il controllo contabile.

La composizione degli organi di governo e controllo è riportata sul sito ufficiale www.acmilan.com.

IL SISTEMA DI CONTROLLO INTERNO

Il Sistema di Controllo Interno del Gruppo Milan ha come obiettivo e priorità il governo dell'azienda attraverso l'individuazione, la valutazione, il monitoraggio, la misurazione e la gestione di tutti i rischi d'impresa. Lo scopo è quello di garantire la compliance a leggi e regolamenti vigenti in materia contabile (Codice Civile, Principi Contabili), al D. Lgs. 231/2001 (per la responsabilità amministrativa delle persone giuridiche), al D. Lgs. 81/2008 (in materia di ambiente e sicurezza sul posto di lavoro), al D. Lgs. 196/2003 (Codice in materia di protezione dei dati personali) e alle normative degli organi sportivi federali e internazionali (FIGC, UEFA, FIFA).

IL MODELLO ORGANIZZATIVO PER LA PREVENZIONE DI REATI

Nel corso dell'anno è stato emesso da tutte le società del Gruppo un aggiornamento del modello per la prevenzione dei reati.

Non si rilevano segnalazioni di violazioni agli Organi di Vigilanza.

Rapporti istituzionali nel sistema calcio

Il Gruppo Milan partecipa attivamente allo sviluppo del sistema calcio attraverso il contributo dei propri rappresentanti nelle sedi istituzionali e ai tavoli di lavoro dei maggiori organi di governo del calcio nazionale e internazionale:

ORGANI NAZIONALI

FIGC e Lega Nazionale Professionisti Serie A

Adriano Galliani, Amministratore Delegato e Vice Presidente Vicario di A.C. Milan, è Vice Presidente della Lega Nazionale Professionisti Serie A.

ORGANI INTERNAZIONALI

FIFA Rappresenta il governo del calcio mondiale

UEFA Unione Europea delle Federazioni Calcistiche

ECA European Club Association: unico organo indipendente che rappresenta le società calcistiche a livello europeo

Nel corso della stagione sono stati aggiornati i protocolli di intesa fra ECA (European Club Association), Uefa e FIFA.

Le squadre italiane aderenti all'ECA per il biennio 2015/16 e 2016/17 sono sette. Umberto Gandini, Direttore dell'Organizzazione Sportiva di AC Milan, è vicepresidente dell'Associazione.

Nel corso della stagione, Lega Calcio ha comminato 11 sanzioni per un totale di Euro 73.200,00.

Tutte le sanzioni sono state contestate a causa di infrazioni al regolamento della Lega Calcio da parte degli spettatori durante le partite giocate in casa.

Performance economiche

Lo stadio

STAGIONE 2012/2013

	BIGLIETTI	€ BIGLIETTI	ABBONATI	QUOTA ABBONATI	TOTALE INCASSO	TOTALE SPETTATORI
Totale stagione	486.078	€ 16.851.052,03	512.360	€ 14.962,590,01	€ 31.813,642,04	998.438

STAGIONE 2013/2014

	BIGLIETTI	€ BIGLIETTI	ABBONATI	QUOTA ABBONATI	TOTALE INCASSO	TOTALE SPETTATORI
Totale stagione	515.697	€ 18.185,334,57	575.997	€ 13.764,268,17	€ 31.949,602,74	1.091.694

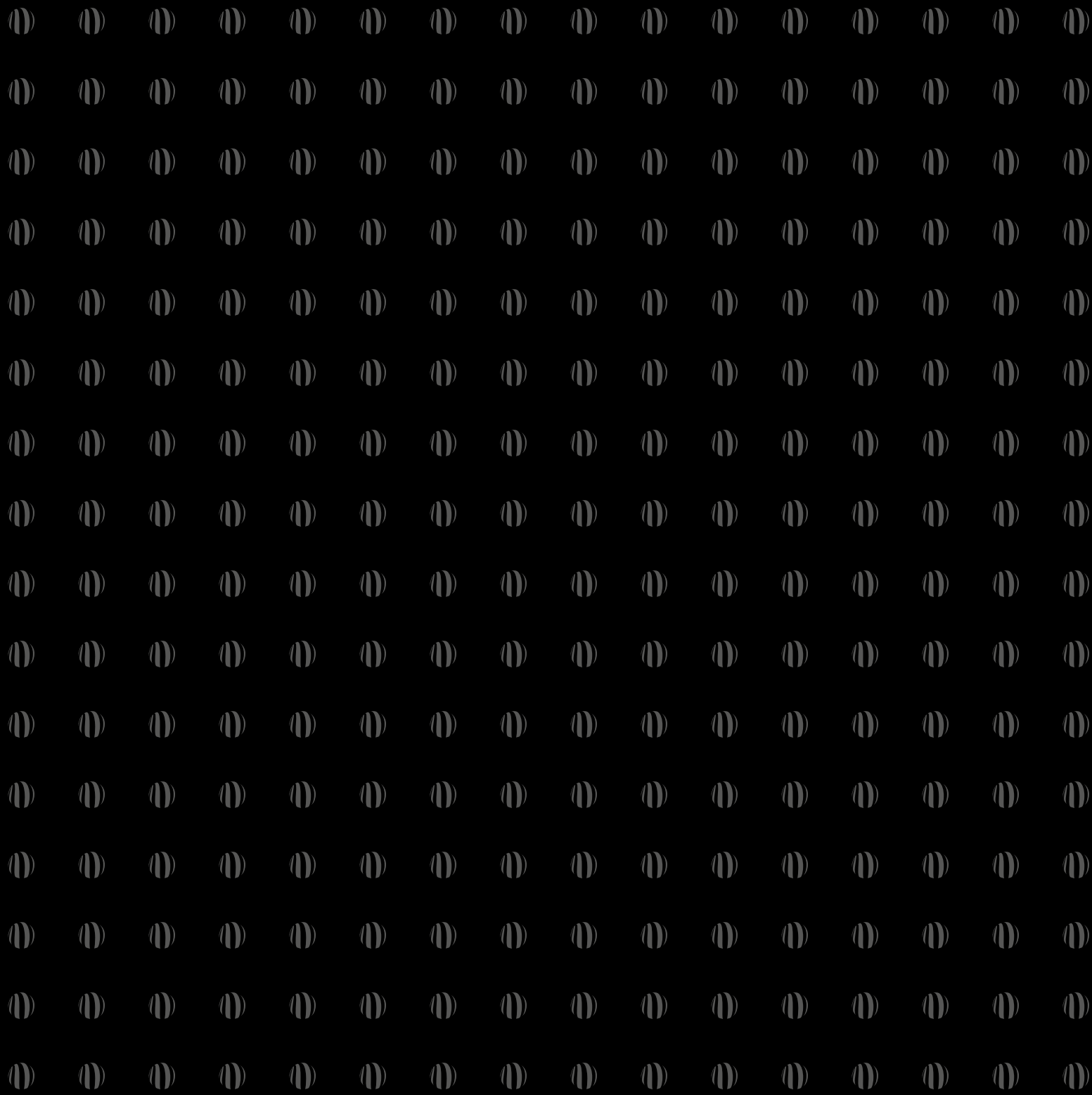
STAGIONE 2014/2015

	BIGLIETTI	€ BIGLIETTI	ABBONATI	QUOTA ABBONATI	TOTALE INCASSO	TOTALE SPETTATORI
Totale stagione	352.586	€ 11.717,037,93	367.312	€ 8.550,563,15	€ 20.267,601,08	719.898

Dati in K/EURO

KPI	2012	2013	2014
Fatturato (escluso vivaio)	321.397	271.454	233.574
Ricavi da gare	33.751	28.698	25.629
Sponsorizzazioni	79.686	78.270	89.220
Proventi televisivi	139.818	119.547	89.828
Costi di produzione	324.313	278.655	292.649
Ammortamenti e svalutazione calciatori	44.339	40.697	40.945
Valore delle immobilizzazioni dei calciatori	108.983	117.556	72.112





07

GENERAL STANDARD DISCLOSURES		
PROFILE DISCLOSURE	DESCRIZIONE	CROSS-REFERENCE/ RISPOSTA DIRETTA
1. Strategia e Analisi		
G4.1	Dichiarazione della più alta autorità del processo decisionale in merito all'importanza della sostenibilità per l'organizzazione e la sua strategia	"Lettera agli stakeholder"
2. Profilo dell'organizzazione		
G4.3	Nome dell'organizzazione	"L'assetto societario" e "Nota metodologica"
G4.4	Principali marchi, prodotti e/o servizi	"AC Milan Spa ha per oggetto esclusivo l'esercizio di attività sportive ed in particolare, la formazione, la preparazione e la gestione di squadre di calcio, nonché la promozione e l'organizzazione di gare, tornei ed ogni altra attività calcistica in genere, con le finalità e con l'osservanza delle norme e delle direttive della Federazione Italiana Giuoco Calcio e dei suoi Organi." "L'assetto societario" e "Nota metodologica"
G4.5	Luogo in cui ha sede il quartier generale dell'organizzazione	Via Aldo Rossi, 8 - 20149 Milano
G4.6	Paesi di operatività, inclusi gli impatti significativi legati ai prodotti, attività, servizi e alle relazioni	"Coltivare i talenti"
G4.7	Assetto proprietario e forma legale	"L'assetto societario"
G4.8	Mercati serviti	"Coltivare i talenti"
G4.9	Dimensione dell'organizzazione	"Il Milan in numeri" "La composizione della nostra organizzazione" "Performance economiche"
G4.10	Dipendenti per tipologia di contratto, genere, area geografica, inquadramento	"Il Milan in numeri" "La composizione della nostra organizzazione"
G4.11	Percentuale dei dipendenti coperti da accordi collettivi di contrattazione	La totalità dei dipendenti è coperta da accordi collettivi di contrattazione
G4.13	Cambiamenti significativi durante il periodo di rendicontazione relativi a dimensione, struttura, proprietà o supply chain	"Nota metodologica"

GENERAL STANDARD DISCLOSURES		
PROFILE DISCLOSURE	DESCRIZIONE	CROSS-REFERENCE/ RISPOSTA DIRETTA
G4.14	Spiegazione dell'eventuale modalità di applicazione del principio o approccio prudenziale	http://www.acmilan.com/it/club/code_of_ethics
G4.15	Sottoscrizione o adozione di condici di condotta, principi e carte sviluppati da enti/ associazioni esterne relativi a performance economiche, sociali e ambientali	Ogni azione viene pianificata nell'ottica della sostenibilità e nel rispetto delle norme previste dal Financial Fair Play promosso dall'EUFA
G4.16	Lista delle associazioni di categoria a cui l'organizzazione aderisce	"Rapporti istituzionali nel sistema calcio"
G4.17	Elenco delle entità consolidate nel bilancio consolidato e di quelle non comprese nel bilancio di sostenibilità	"Nota metodologica"
G4.18	Spiegazione del processo per la definizione dei contenuti del bilancio e del modo in cui l'organizzazione ha implementato i relativi reporting principles	"Nota metodologica"
3. Aspetti materiali e perimetro identificato		
G4.19	Elencare tutti gli aspetti materiali identificati nel processo di definizione dei contenuti del report	"Il nostro approccio alla sostenibilità" "Nota metodologica"
G4.20	Per ogni aspetto materiale riportare il relativo perimetro interno all'organizzaione	"Il nostro approccio alla sostenibilità" "Nota metodologica"
G4.21	Per ogni aspetto materiale riportare il relativo perimetro al di fuori dell'organizzaione	N/A
G4.22	Spiegazione degli effetti di qualsiasi modifica di informazioni inserite nei report precedenti (re-statement) e motivazioni di tali modifiche	"Nota metodologica"
G4.23	Cambiamenti significativi nelle dimensioni e nel perimetro utilizzati nel report, rispetto al precedente periodo di rendicontazione	"Nota metodologica"
4. Coinvolgimento degli stakeholder		
G4.24	Elenco dei gruppi di stakeholder con cui l'organizzazione intrattiene attività di coinvolgimento	"Stakeholder engagement"
G4.25	Principi per identificare e selezionare i principali stakeholder con i quali intraprendere l'attività di coinvolgimento	"Stakeholder engagement"

GENERAL STANDARD DISCLOSURES		
PROFILE DISCLOSURE	DESCRIZIONE	CROSS-REFERENCE/ RISPOSTA DIRETTA
G4.26	Approccio all'attività di coinvolgimento degli stakeholder, specificando la frequenza per tipologia di attività sviluppata e per gruppo di stakeholder; indicazione se qualche attività di coinvolgimento è stata realizzata specificamente come parte del processo di preparazione del report	"Stakeholder engagement"
G4.27	Argomenti chiave e criticità emerse dall'attività di coinvolgimento degli stakeholder e in che modo l'organizzazione ha reagito alle criticità emerse, anche in riferimento a quanto indicato nel report. Per ciascun tema e criticità, indicare i gruppi di stakeholder che li hanno sollevati	"Stakeholder engagement"
5. Profilo del report		
G4.28	Periodo di rendicontazione delle informazioni fornite	"Nota metodologica"
G4.29	Data di pubblicazione del report di sostenibilità più recente	"Nota metodologica"
G4.30	Periodicità di rendicontazione (annuale, biennale, ecc.)	"Nota metodologica"
G4.31	Contatti e indirizzi utili per richiedere informazioni sul report di sostenibilità e i suoi contenuti	"Nota metodologica"
G4.32	a. Riportare l'opzione in "accordance" scelta dall'organizzazione b. Riportare GRI Content Index per l'opzione scelta c. Riportare l'External Assurance Report, se esistente	"Nota metodologica" Il report non è sottoposto ad assurance esterna
G4.33	a. Politiche e pratiche attuali al fine di ottenere l'assurance esterna del report b. Se non inclusa nella dichiarazione di assurance che accompagna il bilancio di sostenibilità, segnalare l'ambito e la base dell'assurance esterna c. Identificare il rapporto tra l'organizzazione e i revisori esterni d. Riportare se il più alto organo di governo o alti dirigenti sono coinvolti nell'ottenimento dell'assurance per il bilancio di sostenibilità dell'organizzazione	Il report non è sottoposto ad assurance esterna

GENERAL STANDARD DISCLOSURES		
PROFILE DISCLOSURE	DESCRIZIONE	CROSS-REFERENCE/ RISPOSTA DIRETTA
6. Governance		
G4.34	Struttura di governo dell'organizzazione, inclusi i comitati che rispondono direttamente al più alto organo di governo. Identificare i comitati responsabili del processo decisionale sugli impatti economici, ambientali e sociali	"Sistema di governance e monitoraggio CSR" "Il sistema di Governance"
7. Etica ed integrità		
G4.56	Valori dell'organizzazione, i principi, gli standard e le norme di comportamento (ad es. i codici di condotta, il codice etico)	"Principi aziendali" http://www.acmilan.com/it/club/code_of_ethics

SPECIFIC STANDARD DISCLOSURES		
PROFILE DISCLOSURE	DESCRIZIONE	CROSS-REFERENCE/ RISPOSTA DIRETTA
Ambientale		
Aspect: Materie prime		
G4-EN1	Materie prime utilizzate per peso o volume	Favorire scelte sostenibili: la gestione ambientale delle strutture
Aspect: Energia		
G4-EN3	Consumo di energia all'interno dell'organizzazione	Favorire scelte sostenibili: la gestione ambientale delle strutture
Aspect: Acqua		
G4-EN8	Prelievo totale di acqua per fonte	Favorire scelte sostenibili: la gestione ambientale delle strutture
Aspect: Emissioni		
G4-EN15	Emissioni dirette di gas ad effetto serra (Scope 1)	Favorire scelte sostenibili: la gestione ambientale delle strutture
G4-EN16	Emissioni dirette di gas ad effetto serra (Scope 2)	Favorire scelte sostenibili: la gestione ambientale delle strutture
G4-EN17	Emissioni dirette di gas ad effetto serra (Scope 3)	Favorire scelte sostenibili: la gestione ambientale delle strutture

SPECIFIC STANDARD DISCLOSURES		
PROFILE DISCLOSURE	DESCRIZIONE	CROSS-REFERENCE/ RISPOSTA DIRETTA
Sociale: pratiche di lavoro e lavoro dignitoso		
Aspect: Occupazione		
G4-LA1	Numero totale e tasso di turnover del personale, suddiviso per età, genere e area geografica	“La composizione della nostra organizzazione”
G4-S05	Azioni intraprese per rispondere a episodi di corruzione	Nel periodo di rendicontazione non si sono verificati episodi di corruzione “Il Modello organizzativo per la prevenzione di reati”
Aspect: Inclusione		
G4- E06	Tipologia e impatti delle iniziative per creare un ambiente accessibile	Il milan e i tifosi
Sociale: pratiche di lavoro e lavoro dignitoso		
G4- E011	Numero, tipo e impatto delle iniziative ideate per incrementare la consapevolezza, diffondere conoscenze e avere un impatto positivo sui comportamenti e risultati ottenuti	Promuovere il cambiamento sociale

Rapporto di Sostenibilità 2014/2015

GRUPPO MILAN

Via Aldo Rossi, 8 – 20149 Milano

A cura di:

DIREZIONE GENERALE OPERATIONS & PROGETTI SPECIALI

ELISABETTA UBERTINI

Sviluppo e coordinamento progetto:

AGATA FRIGERIO

Redazione:

ILARIA MODANESI

MARTINO ROGHI

AGNESE SALA

Alla stesura del RAPPORTO hanno partecipato tutte le direzioni del Gruppo Milan

Questo Rapporto di Sostenibilità è stato redatto con l'assistenza tecnico metodologica di PwC



Photo credits:

P. 81: © Presse SO RLP

Art direction and design

blossoming.it

Questo rapporto è stato stampato su carta ecologica prodotta
con cellulose provenienti da foreste gestite con criteri di sostenibilità

