BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

2023 | 24

INDICE

LETTERA DEL PRESIDENTE 3

NOTA METODOLOGICA 4

CHI SIAMO 5

IL GRUPPO AC MILAN 6

VISION E MISSION 8

AC MILAN E LA SOSTENIBILITÀ 10

IDENTIFICAZIONE DEI TEMI MATERIALI E DEGLI IMPATTI RILEVANTI 11

GLI STAKEHOLDER E LE MODALITÀ DI COINVOLGIMENTO 13

GOVERNANCE 15

IL CLUB E LA STAGIONE 2023/24 21

AMMINISTRAZIONE E FINANZA 28

LE NOSTRE PERSONE 30

GESTIONE DEL PERSONALE 32

FORMAZIONE E SVILUPPO PROFESSIONALE 39

IL MILAN PER LA COMUNITÀ 40

IL MILAN PER L'AMBIENTE 55

L'IMPEGNO DI AC MILAN 63

ANNEX 65

GRI CONTENT INDEX 74

LETTERA del Presidente

Presidente,
AC Milan

Paolo Scaroni

La nuova edizione del **Report di Sostenibilità rappresenta per il Milan** una tappa importante nel percorso di crescita e responsabilità che il Club porta avanti da anni, con l'obiettivo di **generare valore per l'intera comunità rossonera**.

In una stagione che ha confermato il nostro ruolo di primo piano, dentro e fuori dal campo - con il secondo posto in campionato e il secondo bilancio consecutivo in utile - **la sostenibilità si è confermata come un principio guida**, parte integrante del nostro modo di essere e di operare. Le **iniziative illustrate** nel Report testimoniano **l'impegno concreto** e quotidiano di tutta la famiglia rossonera nel promuovere un modello di gestione solido, trasparente, che guarda al futuro con fiducia e coerenza.

Per rafforzare ulteriormente questo approccio, abbiamo scelto di adottare **standard internazionali sempre più avanzati** e di affinare i nostri strumenti di rendicontazione, nella convinzione che la misurabilità sia condizione essenziale per dare concretezza agli obiettivi dichiarati.

Intendiamo continuare a rappresentare un **esempio virtuoso** nel panorama sportivo internazionale, contribuendo in modo credibile alla costruzione di un modello di sviluppo sostenibile, responsabile e duraturo.

NOTA METODOLOGICA

Il presente documento rappresenta il **Report di Sostenibilità del Gruppo Milan** (di seguito anche "Gruppo" o "Milan") con riferimento alla **stagione 2023/24** (dal 1° luglio 2023 al 30 giugno 2024).

Il perimetro di rendicontazione dei dati e delle informazioni economico finanziarie comprende tutte le Società presenti all'interno del Report Consolidato del Gruppo Milan al 30 giugno 2024, e include nella rendicontazione la capogruppo **AC Milan S.p.A.** e le società **Milan Real Estate S.p.A., Sportlifecity S.r.l., AC Milan Shanghai Sports Development Co., AC Milan Middle East Limited, European Super League Company SL. e Fondazione Milan Onlus** (non presente nel perimetro di consolidamento del Report finanziario).

Al fine di **comunicare in modo trasparente e comparabile** le performance di sostenibilità del Gruppo, il Report di Sostenibilità è stato redatto in conformità ai **"Global Reporting Initiative 2021 Sustainability Reporting Standards"**, definiti dal Global Reporting Initiative (GRI), utilizzando l'approccio **"in accordance[1]"**, come riportato all'interno della tabella "GRI Content Index".

I contenuti, oggetto di rendicontazione, sono stati selezionati sulla base dei **risultati dell'analisi di materialità** realizzata, che ha permesso di **individuare gli aspetti materiali** in ambito di sostenibilità **per il Gruppo e per i propri stakeholder** (di seguito "Stakeholder").
Tale analisi è presentata all'interno della sezione "analisi di materialità" e contiene la descrizione degli impatti generati dal Gruppo per ciascun tema materiale.

Per garantire l'attendibilità dei dati, è stato limitato il più possibile il ricorso a stime, le quali, se presenti, sono opportunamente segnalate e fondate sulle migliori metodologie disponibili.

Al fine di permettere la comparabilità dei dati nel tempo, è stato riportato, dove disponibile, il confronto con i dati relativi alla stagione 2022/23.

Il presente documento non è stato sottoposto a revisione da parte di un ente esterno.
La periodicità della pubblicazione del Report di Sostenibilità è annuale.
Per informazioni relativamente al Report di Sostenibilità del Gruppo Milan è possibile rivolgersi al seguente indirizzo: csr@acmilan.com

Tale Report è disponibile anche in un'apposita sezione del Sito Web della società.

acmilan.com

1. L'approccio "with reference to" permette di concentrarsi sui temi materiali più significativi per l'organizzazione, garantendo trasparenza e allineamento agli standard GRI. L'approccio "in accordance", invece, prevede una rendicontazione più ampia e strutturata, includendo nel Report di Sostenibilità tutti gli indicatori richiesti obbligatoriamente dagli standard GRI, con l'obiettivo di fornire una rappresentazione completa e dettagliata degli aspetti non finanziari dell'organizzazione

CHI Siamo

INDEX

CHI SIAMO
Il Gruppo AC Milan

ASSOCIAZIONE CALCIO MILAN (ANCHE "AC MILAN" O "LA SOCIETÀ") È LA SOCIETÀ CAPOGRUPPO DEL GRUPPO MILAN.

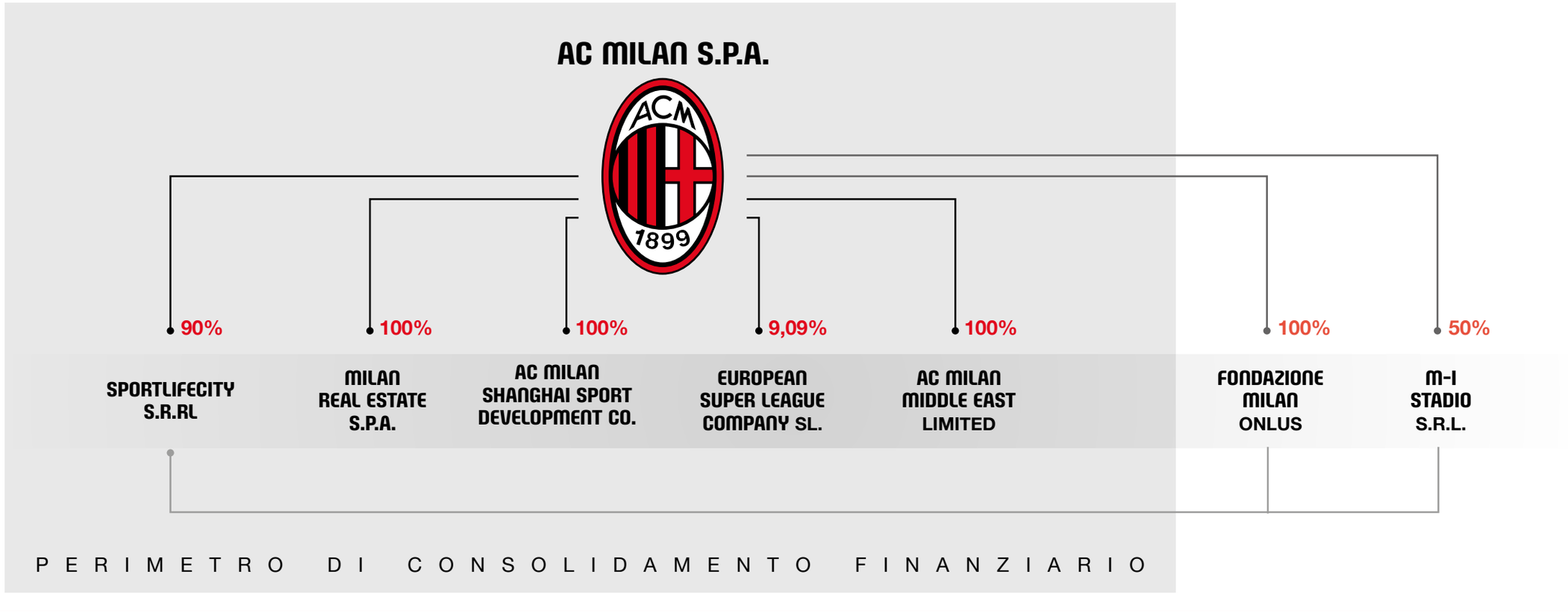
FONDATA NEL 1899, CONTA NEI SUOI OLTRE 120 ANNI DI STORIA UNA LUNGA SERIE DI SUCCESSI IN AMBITO NAZIONALE ED INTERNAZIONALE.

AC Milan ha per oggetto esclusivo l'esercizio di attività sportive e, 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 ("F.I.G.C.").

Per l'attuazione dell'oggetto sociale la Società può compiere le seguenti attività connesse e/o strumentali in modo diretto o indiretto:

- ✓ svolgere l'attività di concessionaria per la prenotazione e la vendita di biglietti e abbonamenti per l'ingresso agli impianti sportivi;
- ✓ promuovere e pubblicizzare la sua attività e la sua immagine utilizzando e sfruttando modelli, disegni, segni distintivi ed emblemi, direttamente o a mezzo terzi;
- ✓ compiere ogni operazione di carattere mobiliare, immobiliare e finanziario che fosse ritenuta utile, necessaria e pertinente;
- ✓ detenere partecipazioni anche in società produttive di servizi e commerciali comunque connesse con il proprio oggetto sociale.

LA STRUTTURA DEL GRUPPO



Rispetto al perimetro di consolidamento finanziario della stagione 2022/23, le società Milan Entertainment S.r.l. e Casa Milan S.r.l. sono state incorporate nella capogruppo A.C. Milan S.p.A. a seguito della fusione deliberata l'11 maggio 2023. Pertanto, le società oggetto del presente Report di Sostenibilità coincidono con quelle incluse nel perimetro di consolidamento finanziario e sono: la capogruppo AC Milan S.p.A. e le società Milan Real Estate S.p.A., Sportlifecity S.r.l., AC Milan Shanghai Sports Development Co., AC Milan Middle East Limited, European Super League Company SL. e Fondazione Milan Onlus (non presente nel perimetro di consolidamento del Report finanziario).

VISION & MISSION

SUSTAINABILITY REPORT
2023 | 24

INDEX

VISION & Mission

IL GRUPPO MILAN RAFFORZA COSTANTEMENTE IL PROPRIO IMPEGNO VERSO UN MODELLO DI GESTIONE SEMPRE PIÙ TRASPARENTE E SOSTENIBILE, ADOTTANDO GLI STANDARD INTERNAZIONALI DI RENDICONTAZIONE GRI (GLOBAL REPORTING INITIATIVE).

Questo approccio permette al Gruppo di misurare e comunicare con chiarezza il proprio **impatto ambientale, sociale e di governance (ESG)**, consolidando la propria posizione come esempio di eccellenza nel panorama calcistico globale. La vision e la mission del Club trovano così un nuovo strumento per ispirare il cambiamento, unendo performance sportiva e responsabilità sociale in un percorso di crescita condivisa e duratura. Per AC Milan, la sostenibilità non è solo un obiettivo strategico, ma una parte integrante della propria identità, che guida le azioni verso **un calcio più equo, inclusivo e rispettoso delle esigenze delle generazioni presenti e future**.

AC MILAN AMBISCE A ESSERE UN MODELLO DI ECCELLENZA NEL CALCIO GLOBALE, PROMUOVENDO UN FUTURO IN CUI SOSTENIBILITÀ, INCLUSIONE E RESPONSABILITÀ SOCIALE SIANO PRINCIPI GUIDA PER L'INTERO ECOSISTEMA SPORTIVO.

Conscio del proprio impatto e della propria storica influenza a livello nazionale e internazionale, il Club si impegna a costruire un'eredità positiva per le generazioni future, **unendo performance sportiva e responsabilità sociale in un modello virtuoso di crescita**.

Questo impegno si concretizza in un **dialogo continuo con istituzioni sportive**, **stakeholder e comunità locali**, per generare un impatto che vada oltre il campo di gioco e diventi parte integrante della cultura sportiva globale. In questo senso, si allinea con il lavoro svolto di recente da UEFA, FIFA, FIGC e tutti gli attori istituzionali calcistici sui temi della sostenibilità, così da rispondere in modo sempre più efficace alle esigenze sociali e ambientali, nonché alle aspettative dei tifosi.

AC Milan si impegna a coniugare la propria storica tradizione di successi con una **visione moderna e sostenibile del calcio**.

LA CRESCITA DEL CLUB SI FONDA SU UN MODELLO DI GESTIONE RESPONSABILE, IN CUI L'ATTENZIONE PER L'AMBIENTE, L'INCLUSIONE SOCIALE E LA TRASPARENZA GUIDANO LE SCELTE STRATEGICHE.

Il Club opera per favorire l'adozione di pratiche sempre più sostenibili, con azioni concrete, a medio e lungo termine, per la riduzione dell'impatto ambientale e l'integrazione di principi di equità e inclusione nei processi interni e nelle relazioni con la comunità sportiva e i tifosi.

Il Club rafforza intende rafforzare il proprio **legame con le comunità**, e promuovere valori di **equità**, **diversità** e **fair play**, riconoscendo il potere del calcio come **strumento di unione e crescita collettiva**. Ogni stagione rappresenta un'opportunità per consolidare e ampliare questo percorso, adottando strategie innovative e coinvolgendo tutti gli stakeholder in un impegno comune per un futuro più sostenibile.

AC Milan intende anche rafforzare il proprio ruolo di **catalizzatore di cambiamento positivo nel mondo dello sport** e oltre, collaborando con partner strategici, istituzioni e altri club per **sviluppare best practice e soluzioni condivise**.

La costante ricerca di miglioramento e l'adozione di nuovi strumenti e tecnologie permettono al Club di **rispondere in modo proattivo alle sfide globali,** contribuendo a un calcio più giusto, accessibile e rispettoso delle esigenze di tutte le persone coinvolte. Il Milan guarda al futuro con determinazione, consapevole che il successo sportivo e quello sociale devono andare di pari passo per costruire un'eredità duratura e significativa.

AC MILAN e la sostenibilità

SUSTAINABILITY REPORT
2023 | 24

INDEX

ANALISI DI MATERIALITÀ

Proseguendo nel proprio percorso di consolidamento delle pratiche ESG, e in linea con il crescente impegno in materia di sostenibilità, il **Gruppo Milan ha condotto, per la stagione 2023/24, un aggiornamento della propria analisi di materialità**, consolidando il proprio impegno in termini di rendicontazione di sostenibilità.

Tale aggiornamento ha riconfermato la prioritizzazione precedentemente identificata delle tematiche materiali, garantendo una maggiore aderenza alle aspettative degli stakeholder e agli sviluppi del contesto di riferimento.

L'analisi di materialità è un processo che guida il Gruppo nell'identificazione e nella valutazione degli impatti che genera sul business e verso il contesto in cui opera. Oltre a costituire la base per l'informativa contenuta all'interno del Report di Sostenibilità, questa analisi è uno **strumento strategico** che permette di portare all'attenzione e monitorare le principali questioni di sostenibilità. Allo stesso tempo si tratta di un veicolo utile per rafforzare le relazioni con gli stakeholder attraverso il dialogo e il loro coinvolgimento nella determinazione delle questioni di sostenibilità maggiormente rilevanti secondo il loro punto di vista.

IDENTIFICAZIONE DEI TEMI MATERIALI E DEGLI IMPATTI RILEVANTI

AC Milan ha proseguito il proprio percorso di rendicontazione anche per la stagione 2023/24 attraverso l'aggiornamento in modalità desk dell'analisi di materialità, in conformità con quanto richiesto dai GRI Standards. **L'aggiornamento dell'analisi di materialità ha riconfermato la rilevanza ricevuta dalle tematiche materiali individuate nel precedente Report di Sostenibilità**, identificando gli aspetti che riflettono gli impatti economici, ambientali e sociali più significativi per il Gruppo Milan e che potrebbero influenzare in modo sostanziale le valutazioni e le decisioni dei suoi stakeholder.
L'analisi, articolata in più step, ha avuto inizio con una fase preliminare, durante la quale è stata aggiornata l'analisi di benchmark, che ha preso in considerazione le società operanti nel settore calcistico e che redigono reportistica di sostenibilità o di tipo non finanziario.

Rispetto alla rendicontazione della stagione precedente, sono state condotte **interviste ad alcune funzioni aziendali** per raccogliere informazioni qualitative sulla gestione delle tematiche materiali individuate e sulle misure adottate per mitigare gli impatti negativi legati alle attività del Gruppo.
Questo processo ha permesso di **approfondire le dinamiche relative agli aspetti ambientali, sociali e di governance,** garantendo una rappresentazione più dettagliata dei contenuti del presente Report.
Le risultanze, combinate con l'analisi dei principali framework di settore e della situazione as-is del Gruppo Milan, hanno portato alla definizione di una long list di potenziali impatti per AC Milan, oggetto di valutazione da parte di un panel di stakeholder.
Tutti gli impatti che, a seguito di questo processo, hanno ottenuto una valutazione superiore alla soglia di materialità (score maggiore di 2,5) sono stati considerati rilevanti per il Gruppo e correlati alle rispettive tematiche materiali, così da identificare la rilevanza di ciascuna tematica in considerazione degli impatti associati.

Tale processo ha portato alla definizione di 13 tematiche materiali per il Gruppo, presentate di seguito.

TEMA MATERIALE	IMPATTO	IMPATTO POSITIVO VS IMPATTO NEGATIVO
Gestione dei consumi energetici e delle emissioni	Generazione di emissioni GHG dirette e indirette energetiche (Scope 1 e 2)	✖
	Generazione di emissioni GHG indirette (Scope 3)	✖
	Consumi di energia	✖
	Violazione della compliance ambientale	✖
Economia Circolare	Generazione di rifiuti	✖
Gestione della risorsa idrica	Riduzione della disponibilità e della qualità dell'acqua	✖
Etica di Business	Condotta non etica del business	✖
Catena di fornitura sostenibile	Impatti ambientali, sociali ed economici lungo la catena di fornitura	✖
	Contributo al miglioramento delle prestazioni ESG dei fornitori	✚
	Comunicazione interna/esterna non allineata con i valori dell'organizzazione	✖
	Deterioramento delle relazioni con le associazioni	✖
Gestione delle relazioni con gli stakeholder	Rafforzamento dei rapporti con i principali partner e stakeholder	✚
	Riduzione della soddisfazione dei clienti e dei consumatori finali	✖
	Comunicazioni fuorvianti a clienti e consumatori finali	✖

TEMA MATERIALE	IMPATTO	IMPATTO POSITIVO VS IMPATTO NEGATIVO
Performance economiche	Generazione di impatti economici indiretti	✚
Protezione dei dati & cybersecurity	Violazione e perdita dei dati dei clienti e scarsa gestione della sicurezza informatica	✖
Acquisizione e sviluppo dei talenti	Formazione e crescita dei lavoratori	✚
Salute e sicurezza dei dipendenti	Infortuni sul luogo di lavoro	✖
Benessere, equità ed inclusività	Equa remunerazione ai propri dipendenti	✚
	Riduzione della soddisfazione e del benessere dei dipendenti	✖
	Discriminazione e pratiche non inclusive sul luogo di lavoro	✖
	Assenza di diversità negli organi di governo e tra i dipendenti con impatti diretti e indiretti sull'affermazione dell'uguaglianza	✖
Catena di fornitura sostenibile	Impatti negativi sociali legati ai fornitori	✖
	Tutela dei diritti umani e dei lavoratori lungo la catena del valore	✚
Supporto e sviluppo delle Comunità	Sviluppo locale e relazioni con le comunità	✚
	Creazione di posti di lavoro	✚

GLI STAKEHOLDER e le modalità di coinvolgimento

In linea con quanto definito dai GRI Standards e dai principali framework in materia, si definiscono **stakeholder** tutte quelle entità o individui che possono ragionevolmente essere influenzati in modo significativo dalle attività, dai prodotti e dai servizi dell'organizzazione o le cui azioni possono ragionevolmente incidere sulla capacità dell'organizzazione di attuare con successo le proprie strategie e raggiungere i propri obiettivi.

Nell'ambito delle attività propedeutiche all'analisi di materialità, il Gruppo Milan ha individuato gli stakeholder sulla base di un'analisi condotta sui principali peer e sulle caratteristiche del proprio business.

Di seguito vengono anche presentati i principali canali attraverso i quali il Gruppo coinvolge gli stakeholder identificati.

STAKEHOLDER	COINVOLGIMENTO
Scuole, università e Centri di ricerca e innovazione	La collaborazione con istituti accademici e centri di ricerca si realizza attraverso contributi, eventi, incontri e attività di networking. In questo contesto, vengono organizzati momenti di **testimonianza**, analisi di **business case e project work, stage formativi** con l'obiettivo di creare sinergie e valorizzare i talenti emergenti. Allo stesso tempo, il Gruppo porta avanti iniziative di **recruiting** e **networking** con **università**, **business school** ed **enti di formazione**, sia a livello nazionale che internazionale. Grazie a queste collaborazioni, vengono sviluppati percorsi di tirocinio strutturati e opportunità professionali, favorendo l'inserimento dei talenti nel mondo del lavoro attraverso progetti mirati.
Comunità e territorio di riferimento	L'impegno verso la comunità e il territorio è evidente attraverso la realizzazione di progetti specifici, eventi, incontri, servizi e iniziative di donazione, che mirano a favorire la collaborazione e il networking e a **sostenere e valorizzare il contesto locale**.
Dipendenti e tesserati	La promozione di pratiche sostenibili rappresenta un aspetto fondamentale del coinvolgimento dei dipendenti e dei tesserati. Vengono realizzati **eventi aziendali, campagne sociali invio di newsletter informative, creando occasioni di partecipazione attiva**. Inoltre, il dialogo costante con la Direzione HR garantisce ascolto e supporto continui.
Clienti e Consumatori	Per coinvolgere clienti e consumatori, si punta su **un'interazione digitale** coinvolgente, attraverso servizi personalizzati, contenuti digitali di valore, esperienze online innovative, eventi dedicati e aste esclusive. L'obiettivo è costruire **un rapporto autentico e interattivo con il pubblico**.
Media	La **relazione con i media** è volta a valorizzare gli asset e le attività promosse attraverso la produzione di contenuti originali, come articoli e interviste. La relazione è volta a garantire anche una **comunicazione strategica**, capace di rafforzare la reputazione dei vari ambiti di azione del Gruppo.

Durante la stagione 2023/24, il Gruppo Milan ha organizzato numerose iniziative di networking per rafforzare il dialogo e la collaborazione con stakeholder e partner commerciali.

STAKEHOLDER	COINVOLGIMENTO
Tifosi	I tifosi rappresentano il cuore pulsante della comunità rossonera e il coinvolgimento nei loro confronti avviene in venue fisiche **come anche online**, attraverso attività di engagement. L'obiettivo è rafforzare un legame profondo e duraturo, valorizzando la passione e la partecipazione attiva dei sostenitori.
Enti di finanziamento	Il dialogo con gli enti di finanziamento è costante e strutturato attraverso incontri periodici e reportistica accurata. Questi momenti di confronto consentono di mantenere una **trasparenza costante** e di condividere gli sviluppi più significativi.
Azionisti e investitori	Azionisti e investitori sono coinvolti attraverso meeting regolari, presentazioni dettagliate e una reportistica trasparente, pensata per fornire **aggiornamenti completi sull'andamento aziendale e le prospettive future**.
Sponsor e partner commerciali	Con gli sponsor e i partner commerciali si instaurano collaborazioni basate sulla creazione di branded content e sulla condivisione di idee per progetti comuni. Sono previsti contributi a eventi e newsletter, oltre alla fornitura di prodotti e servizi, per **rafforzare la sinergia e raggiungere obiettivi condivisi**.
Associazioni di categoria, peers e competitors	Il dialogo con associazioni di categoria e competitor si sviluppa attraverso la partecipazione alla produzione delle partite ufficiali e durante **incontri formativi, eventi e workshop dedicati a tematiche verticali.** Questo **confronto costante favorisce l'aggiornamento e l'innovazione nel settore**.
Atleti	Gli atleti sono coinvolti non solo nelle attività sportive, come allenamenti e gare, ma anche in iniziative sociali, attivazioni con partner e attività mediatiche. Si dedica **attenzione alla loro crescita personale e professionale**, offrendo percorsi di formazione e supporto continuo per garantire il massimo sviluppo delle loro potenzialità.

Questi incontri, tenuti presso sedi strategiche come **Casa Milan, Milanello, San Siro, PUMA House of Football e Museo Mondo Milan**, sono stati pensati per favorire un coinvolgimento diretto e attivo, rafforzando le relazioni e creando nuove opportunità di collaborazione.

GOVERNANCE

SUSTAINABILITY REPORT
2023 | 24

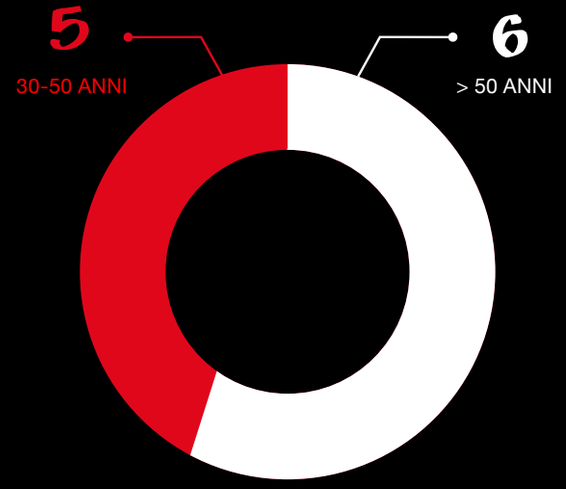
INDEX

IL NOSTRO MODELLO Governance

La Società Capogruppo, AC Milan S.p.A., è amministrata da un Consiglio di Amministrazione che ha provveduto alla nomina di un Amministratore Delegato al quale sono stati conferiti ampi poteri di rappresentanza, con precisi limiti di spesa.

IL 31 AGOSTO 2022, È AVVENUTO UN CAMBIO NELLA PROPRIETÀ DEL GRUPPO MILAN, SUCCESSIVAMENTE ALL'ACQUISTO DA PARTE DI REDBIRD CAPITAL PARTNERS, SUBENTRATO A ELLIOTT MANAGEMENT CORPORATION NELLA PROPRIETÀ DEL CLUB.

Nella stagione 2023/24, rispetto alla precedente è subentrato un nuovo membro uomo nel **Consiglio di amministrazione**.



COMPOSIZIONE DEL CDA PER FASCIA D'ETÀ
AL 30 GIUGNO 2024

Al 30 giugno 2024, il Consiglio di Amministrazione è composto da undici uomini, con età distribuita nelle fasce dai 30 ai 50 anni e oltre i 50 anni, i quali restano in carica per il periodo stabilito dall'Assemblea, nel rispetto dei limiti temporali di legge e sono rieleggibili.

CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE
PAOLO SCARONI (Presidente)
GIORGIO FURLANI (Amministratore Delegato)
GERRY CARDINALE
STEFANO COCIRIO
ROBERT KLEIN
KEVIN LAFORCE
MARK DOWLEY
RICCARDO STEFANELLI
GORDON SINGER
ALFREDO CRACA
LEVINE RANDY

È COMPITO DELL'ASSEMBLEA ORDINARIA DETERMINARE IL NUMERO DEI COMPONENTI DELL'ORGANO AMMINISTRATIVO E PROCEDERE ALLA LORO NOMINA. PARALLELAMENTE, ALL'ASSEMBLEA COMPETE ANCHE LA DESIGNAZIONE DEGLI AMMINISTRATORI.

Relativamente alla remunerazione, il Consiglio di Amministrazione ripartisce tra i propri componenti l'importo stabilito dall'Assemblea per tutti gli amministratori e, ove necessario, determina o distribuisce i compensi per coloro che ricoprono incarichi specifici, previo parere del Collegio Sindacale.

In continuità con la stagione precedente, la composizione del **Collegio Sindacale** rimane invariata, con tre membri effettivi e due supplenti nominati dalla Società. Questo, in quanto organo di controllo della Società, ha il compito di vigilare sull'attività degli Amministratori e di controllare che la gestione e l'amministrazione della Società si svolgano nel rispetto delle leggi applicabili e dello Statuto.

COLLEGIO SINDACALE
FRANCO CARLO PAPA (Presidente)
ALBERTO DELLO STROLOGO (Sindaco effettivo)
CESARE CICCOLINI (Sindaco effettivo)
LUCA SALA (Sindaco supplente)
ALESSANDRO CERIANI (Sindaco supplente)

Nella stagione 2023/24, **Rocco Giorgianni** è stato individuato come **Sustainability Manager del Gruppo**. In questa nuova funzione, egli è stato incaricato della **gestione e supervisione degli aspetti di sostenibilità e alle politiche ESG**, segnando un nuovo passo significativo nell'impegno del Gruppo verso una **gestione responsabile e sostenibile del proprio business**.

A riconferma di tale impegno, il Gruppo intende costituire formalmente un **Comitato ESG** che prevede l'approvazione e il riconoscimento da parte del CdA societario.

Relativamente alle **conoscenze collettive del massimo organo di governo riguardo allo sviluppo sostenibile**, all'interno del Consiglio di Amministrazione di AC Milan, **il 64% dei componenti possiede competenze sul tema ESG, acquisite grazie all'esperienza professionale maturata durante lo svolgimento di cariche Amministrative all'interno di Fondazioni e/o la partecipazione a Comitati con funzioni correlate alle tematiche di sostenibilità.**

Il Gruppo non ha al momento adottato formalmente una procedura di valutazione della performance del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti sull'economia, sull'ambiente e sulle persone.

A PARTIRE DALLA STAGIONE 2024/25, IL GRUPPO SI PONE L'OBIETTIVO DI RIORGANIZZARE L'UFFICIO ACQUISTI INTERNO AFFINCHÉ DIVENTI UNA FUNZIONE INDIPENDENTE RISPETTO ALL'AREA AMMINISTRATIVA.

Questa evoluzione avverrà attraverso l'inserimento di una **nuova risorsa dedicata che avrà l'obiettivo di migliorare l'efficienza e la specializzazione delle attività di procurement**. Infine, per garantire una condotta aziendale responsabile e sostenibile, sono state implementate da AC Milan diverse politiche e procedure, sintetizzate di seguito, che delineano le linee guida e i principi che il Gruppo segue in materia di governance, compliance, etica e responsabilità sociale d'impresa:

MODELLO DI ORGANIZZAZIONE, GESTIONE E CONTROLLO

In risposta alle finalità e alle prescrizioni richieste dal Decreto Legislativo 231/01, le società AC Milan S.p.A. e Milan Real Estate S.p.A. hanno adottato un Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo.

Questo Modello costituisce un insieme organico di princìpi, regole, disposizioni e schemi organizzativi, tutti connessi ai compiti e alle responsabilità dell'organizzazione. Il Modello, nel rispetto del sistema di attribuzione delle funzioni e delle deleghe di potere, ha l'obiettivo di prevenire la commissione di reati e di illeciti amministrativi.

CODICE ETICO GRUPPO AC MILAN

Il Codice Etico del Gruppo Milan esprime i principi fondamentali e gli obblighi generali di diligenza, correttezza e lealtà che qualificano l'adempimento delle prestazioni lavorative e il comportamento da adottare nell'ambiente lavorativo.

Le Società del Gruppo AC Milan si ispirano ai seguenti princìpi di condotta generali che devono essere rispettati e fatti propri da tutti coloro che amministrano, controllano, lavorano e collaborano con tali Società:

- ✓ **Responsabilità**
- ✓ **Rispetto della legge**
- ✓ **Onestà e correttezza**
- ✓ **Conflitti d'interesse**
- ✓ **Riservatezza e tutela della *privacy***
- ✓ **Tutela dell'ambiente**

Il **Codice Etico** del Gruppo **è comunicato a tutta la popolazione aziendale attraverso specifiche attività di formazione e sensibilizzazione e la sua corretta applicazione**, supervisionata dall'Organismo di Vigilanza (ODV) che ne monitora l'efficacia attraverso attività di controllo periodiche e momenti di confronto con il management aziendale. Nel corso della stagione 2023/24, la società AC Milan S.p.A. ha aggiornato i rispettivi Modelli Organizzativi e Gestionali (MOG), in conformità con le evoluzioni normative e organizzative.

In particolare per:

✓ **Riflettere le modifiche organizzative conseguenti alla fusione per incorporazione di Milan Entertainment S.r.l. nella Società.**

✓ **Adeguarsi alle novità normative intervenute dalla precedente adozione del documento, tra cui:**

- Le disposizioni del **D.Lgs. 19/2023**, che ha modificato l'art. 25-ter del **D.Lgs. 231/2001** (il "Decreto 231"), introducendo il reato di false o omesse dichiarazioni per il rilascio del certificato preliminare, come previsto dalla direttiva (UE) 2019/2121.
- Le novità introdotte dalla **Legge 9 ottobre 2023, n. 137**, di conversione del Decreto-legge 10 agosto 2023, n. 105 (il cosiddetto "Decreto Giustizia"), che ha ampliato il catalogo dei reati presupposto del Decreto 231. In particolare:

  - L'inserimento, nell'art. 24 del Decreto 231 (relativo ai reati nei confronti della Pubblica Amministrazione), dei reati di "Turbata libertà degli incanti" (art. 353 c.p.) e "Turbata libertà del procedimento di scelta del contraente" (art. 353-bis c.p.).
  - L'aggiornamento dell'art. 25-octies.1 del Decreto 231 (ora rubricato "Delitti in materia di strumenti di pagamento diversi da contanti e trasferimento fraudolento di valori") con l'aggiunta del reato di "Trasferimento fraudolento di valori" (art. 512-bis c.p.).

Ad agosto 2024 è stata, inoltre, aggiornata la parte generale del Modello 231 per includere le disposizioni relative al **Safeguarding**, rafforzando così l'impegno nella tutela e nella protezione delle persone. Infine, in riferimento ai princìpi di condotta nell'attività sportiva, il Gruppo AC Milan, nello svolgimento delle attività sportive, aderisce ai principi del "Fair Play" comprensivo dei concetti di **lealtà**, di **amicizia**, di **rispetto per gli altri**, di spirito sportivo e di comprendere anche la **lotta all'imbroglio**, il **rifiuto delle astuzie al limite della regola**, la **lotta al doping** e alla **violenza**.

CODICE ETICO FONDAZIONE MILAN

In linea con i princìpi di condotta generale sanciti nel Codice Etico del Gruppo AC Milan, Fondazione Milan ETS ha adottato un proprio Codice Etico, che riflette e condivide tali valori. Il Codice Etico della Fondazione esprime **l'impegno dell'ente nel promuovere, in ogni ambito in cui opera, un ambiente lavorativo e sportivo fondato sul rispetto, la lealtà, la correttezza e la collaborazion**e. Viene inoltre incentivato il coinvolgimento e la responsabilizzazione di dirigenti, dipendenti, collaboratori, professionisti e atleti, in relazione agli obiettivi specifici da raggiungere e alle modalità operative da seguire per il loro conseguimento.

WHISTLEBLOWING

Per garantire una condotta basata su comportamenti etici, le Società del Gruppo hanno adottato la **"procedura Whistleblowing"**. Questa istituisce dei canali per segnalare violazioni di disposizioni normative nazionali o dell'Unione europea che ledono l'interesse pubblico o l'integrità dell'amministrazione pubblica o dell'ente privato, di cui i segnalatori siano venuti a conoscenza in un contesto lavorativo pubblico o privato. I canali, ai sensi del Decreto Legislativo 24/2023 e della Direttiva (UE) 1937/2019, permettono di effettuare segnalazioni in forma anonima o meno, garantendo al segnalante la tutela della privacy e prevedendo misure di protezione da possibili ripercussioni.

Le segnalazioni ricevute vengono monitorate dalla Funzione Compliance, che verifica la rilevanza e l'applicabilità del caso. Qualora fosse necessario, le segnalazioni vengono trasmesse al Dipartimento Legal per ulteriori approfondimenti, mentre i casi relativi a possibili violazioni del Decreto Legislativo 231/2001 vengono gestiti dall'Organismo di Vigilanza (ODV).

Si segnala che nel corso della stagione 2023/24 non sono pervenute segnalazioni pertinenti attraverso i canali di whistleblowing.

CONFLITTO D'INTERESSE

Al fine di prevenire e intercettare possibili casi di conflitti di interesse, Milan adotta una "procedura per le operazioni con parti correlate" finalizzata a evitare conflitti di interesse, prevenire abusi e garantire che le decisioni prese dall'organizzazione siano basate sull'interesse societario e non influenzate da relazioni personali o commerciali. Inoltre, il Gruppo AC Milan rimarca all'interno del proprio Codice Etico l'importanza di astenersi da attività, comportamenti e atti incompatibili con gli obblighi connessi al rapporto intrattenuto con le Società del Gruppo.

POLITICA SAFEGUARDING

In linea e in continuità rispetto alle Politiche sopra esposte, la Politica Safeguarding di AC Milan intende ulteriormente prevenire e contrastare ogni condotta di abuso, violenza o discriminazione verso i propri tesserati.

LINEE GUIDA ANTIRAZZISMO

In conformità con i princìpi stabiliti nel Codice Etico, **il Gruppo Milan respinge categoricamente qualsiasi forma di comportamento o atteggiamento razzista. Durante le manifestazioni sportive**, il Gruppo Milan si impegna ad assicurare il rigoroso **rispetto delle normative vigenti in materia di contrasto al razzismo e alla discriminazione**, attraverso misure quali il controllo preventivo di striscioni e materiali introdotti nello stadio e l'inclusione nel Regolamento d'Uso dello Stadio (la cui osservanza è parte integrante delle condizioni di abbonamento e di vendita dei biglietti) di sanzioni come l'espulsione per condotte discriminatorie o razziste. rative da seguire per il loro conseguimento.

CODICE DI CONDOTTA

Mediante il proprio Codice di Condotta, il Gruppo Milan rifiuta fermamente ogni comportamento contrario all'etica professionale, come pratiche discriminatorie o lesive della dignità umana. Il Gruppo adotta misure preventive per garantire il rispetto delle norme relative alla lotta contro la discriminazione, ad esempio con l'introduzione di politiche di controllo su comportamenti non etici all'interno delle strutture aziendali e l'adozione di sanzioni nei confronti di chi viola tali norme. Queste regole si applicano a tutte le attività, inclusi eventi e collaborazioni, dove il rispetto di tali principi è vincolante.

PRIVACY POLICY

AC Milan ha adottato una Privacy Policy, contenente le linee guida relative al processo di raccolta e alle modalità di gestione dei dati e delle informazioni, ai sensi del Regolamento UE 2016/679 "GDPR" e della vigente normativa nazionale in materia di protezione dei dati personali.

A dimostrazione dell'efficacia di questi sistemi, si segnala come, durante la stagione 2023/24, non si sono registrati casi di non conformità a leggi e regolamenti, episodi di corruzione, casi di discriminazione, né segnalazioni o reclami relativi a violazioni della privacy dei clienti o alla perdita dei loro dati.

Fin dal 2021, il Gruppo Milan ha avviato un importante percorso di potenziamento e modernizzazione delle proprie infrastrutture IT, con l'obiettivo di garantire la massima **sicurezza dei dati** e la **tutela della privacy**, sia interna che per tutti gli stakeholder.

La protezione delle informazioni è un tema attentamente presidiato da anni, grazie all'implementazione di un Security Operations Center (SOC), che assicura un monitoraggio costante dell'integrità del cloud e dei sistemi informatici aziendali, oltre a rafforzare le difese contro le minacce informatiche, come il phishing.

Per mantenere elevati standard di sicurezza, il Gruppo effettua regolarmente *penetration* test e *vulnerability assessment* attraverso partner specializzati, così da intercettare e risolvere tempestivamente eventuali criticità.

Inoltre, a conferma dell'impegno verso la protezione dei dati, sono state introdotte diverse **nuove procedure specifiche sul tema e resi obbligatori corsi di formazione sulla privacy** per tutti i nuovi assunti, con l'obiettivo per le prossime stagioni di aumentare il numero di attività di formazione sulla cybersecurity tramite l'utilizzo di una piattaforma online dedicata.

IL CLUB E LA STAGIONE 2023/24

SUSTAINABILITY REPORT
2023|24

INDEX

ANDAMENTO DELLA STAGIONE SPORTIVA 2023/24

Nel corso della stagione 2023/24, AC Milan ha portato avanti il proprio progetto di crescita sostenibile, rafforzando identità e competitività.

RISULTATI DELLA PRIMA SQUADRA

Maschile

La Prima Squadra maschile ha chiuso il campionato al secondo posto, **guadagnando l'accesso alla Champions League**. In Europa, dopo l'eliminazione nella fase a gironi della UEFA Champions League (chiusa a pari punti con il PSG, qualificato alla fase successiva per differenza reti),

LA SQUADRA HA PROSEGUITO IL CAMMINO IN EUROPA LEAGUE, ARRIVANDO AI QUARTI DI FINALE CONTRO LA ROMA.

COMPETIZIONE	RISULTATO
SERIE A	2° posto, qualificazione in Champions League
CHAMPIONS LEAGUE	Fase a gironi
EUROPA LEAGUE	Quarti di finale
COPPA ITALIA	Quarti di finale

INDEX

RISULTATI DELLA PRIMAVERA maschile

La Primavera maschile ha raggiunto **la finale della UEFA Youth League**, un **traguardo mai centrato prima da un club italiano**. Dopo aver superato il Porto in semifinale, la squadra ha affrontato l'Olympiakos, che ha vinto la competizione. In campionato, il sesto posto raggiunto ha garantito la qualificazione ai playoff.

LA FORMAZIONE SI È FERMATA AL PRIMO TURNO. SEI GIOCATORI HANNO DEBUTTATO IN PRIMA SQUADRA, TRA CUI FRANCESCO CAMARDA, IL PIÙ GIOVANE ESORDIENTE DI SEMPRE IN SERIE A.

COMPETIZIONE	RISULTATO
YOUTH LEAGUE	Finale
PRIMAVERA 1	6° posto, playoff, eliminazione al primo turno
COPPA ITALIA PRIMAVERA	Quarti di finale

RISULTATI DELLA PRIMA SQUADRA femminile

Nella stagione 2023/24, la Prima Squadra femminile ha disputato la Poule Salvezza, chiudendo la stagione al primo posto di questo girone. Un momento particolarmente significativo è stato vissuto il 18 maggio 2024 al PUMA House of Football durante l'ultima gara contro la Sampdoria: **Laura Fusetti ha salutato il calcio giocato**, celebrata dalle compagne di squadra e dal Presidente Paolo Scaroni.

A SUGGELLARE IL PASSAGGIO DI TESTIMONE, LA SUA STORICA MAGLIA NUMERO 6 È STATA CONSEGNATA A NADINE SORELLI, CAPITANO DELL'U19 FEMMINILE E FUTURA COMPONENTE DELLA ROSA DELLA PRIMA SQUADRA.

COMPETIZIONE	RISULTATO
SERIE A FEMMINILE	6° posto
COPPA ITALIA	Semifinale

RISULTATI DELLA PRIMAVERA femminile

Alla terza partecipazione alle Final Four Scudetto, la Primavera femminile ha chiuso la stagione 2023/24 con **la vittoria del Campionato**.

UN RISULTATO GIUNTO AL TERMINE DI UNA STAGIONE MEMORABILE, CHE HA VISTO LE GIOVANI ROSSONERE CONQUISTARE ANCHE LA SECONDA VIAREGGIO WOMEN'S CUP CONSECUTIVA.

COMPETIZIONE	RISULTATO
PRIMAVERA 1	4° posto, qualificazione alle Final Four
PRIMAVERA 1 (FINALE)	Vittoria contro il Sassuolo (3-1 ai supplementari)
VIAREGGIO WOMEN'S CUP	1° posto

INDEX

SETTORE Giovanile

La **crescita interna continua** a rappresentare un **pilastro fondamentale** della visione sportiva del Milan.
Anche nella stagione 2023/24, diversi giovani provenienti dal vivaio hanno esordito in Prima Squadra, a conferma della **solidità del percorso formativo** e dell'eccellenza del lavoro tecnico svolto. Il modello rossonero mira a garantire **continuità tra Settore Giovanile e Prima Squadra**, valorizzando il talento cresciuto all'interno del Club. Nel corso dell'anno, il Milan ha ulteriormente rafforzato la struttura del Settore Giovanile, continuando a integrare alle attività tecniche sul campo un **programma educativo**. Un approccio pensato per accompagnare i giovani non solo nello sviluppo calcistico, ma anche nella loro **crescita personale**.

Tra le novità della stagione, si segnala **l'estensione dell'ospitalità femminile nel Convitto del Club**, struttura dedicata ai giovani del vivaio. Dopo l'ingresso delle prime quattro ragazze nel 2022/23, il numero è salito a sei nella stagione in corso, segnando un ulteriore passo avanti nel processo di inclusione e sviluppo del calcio femminile.
La stagione 2023/24 ha visto inoltre un ampliamento delle iniziative educative e formative rivolte ai giovani atleti, con percorsi dedicati a tematiche fondamentali per la loro crescita professionale e umana.

Tra le principali attività:

✓ **MilanGentile**: progetto volto a promuovere rispetto, inclusione e responsabilità. In particolare, è stato introdotto un ciclo di incontri educativi per famiglie e atleti sul tema del Tifo Positivo, guidato dall'area psicologica del Settore Giovanile, per sensibilizzare sul ruolo del tifo come motore motivazionale e di sostegno.

✓ **Incontro con l'AIA**: focus sul regolamento e sul dialogo costruttivo tra atleti e arbitri.

✓ **Workshop con Sportradar**: attività di prevenzione e sensibilizzazione sul match-fixing, rivolte alle categorie U17–U19.

✓ **Gestione dei social e dei media**: formazione specifica per le categorie U15, U16, U17, U18 e Primavera, volta a sviluppare una comunicazione consapevole e responsabile.

✓ **Visita al Binario 21 - Museo della Shoah**: esperienza per riflettere su memoria storica e diritti umani.

✓ **Esperienza solidale a Milano**: i ragazzi e le ragazze del Convitto hanno distribuito colazioni ai senzatetto, vivendo un momento significativo di condivisione e servizio alla comunità.

Queste iniziative completano la formazione sportiva con strumenti concreti di crescita civile e culturale. Il Club **promuove costantemente un ambiente inclusivo, rispettoso e sicuro**. Inclusione e diversità sono elementi centrali del percorso educativo, insieme al **supporto psicologico**, pensato per aiutare i giovani ad affrontare in modo equilibrato le sfide dentro e fuori dal campo.
Il Settore Giovanile integra inoltre i principi di sostenibilità nelle proprie attività quotidiane, educando i ragazzi e le ragazze alla **responsabilità ambientale e sociale**.

TUTELA DEI MINORI

Nel corso della stagione 2023/24, AC Milan ha rafforzato ulteriormente le misure di tutela dei minori, consolidando quanto già previsto dal Manuale di Tutela dei Minori, redatto secondo le linee guida della FIGC. Il documento garantisce elevati standard di sicurezza e protezione per tutti gli atleti più giovani.

PROSPETTIVE FUTURE

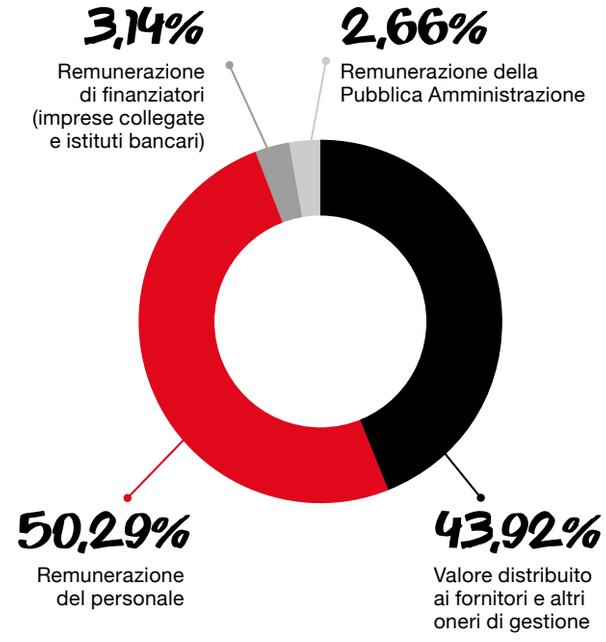
Guardando al futuro, AC Milan intende proseguire nel rafforzamento del proprio modello formativo, rendendo il Settore Giovanile sempre più competitivo e radicato nel territorio, in linea con gli standard internazionali. Lo sviluppo dei talenti, sia maschili che femminili, rimane una priorità strategica nella costruzione del futuro del Club.

AMMINISTRAZIONE e finanza

ATTRAVERSO LO SVOLGIMENTO DELLA PROPRIA ATTIVITÀ, IL GRUPPO MILAN CONTRIBUISCE ALLO SVILUPPO DEL TESSUTO ECONOMICO E SOCIALE DEL TERRITORIO IN CUI OPERA.

La capacità del Gruppo di generare valore nel rispetto della sostenibilità economica della gestione e di ripartirla con chi contribuisce al proprio operato può essere stimata attraverso il calcolo del valore economico generato e distribuito agli stakeholder.

IL VALORE ECONOMICO DIRETTAMENTE GENERATO AL 30 GIUGNO 2024 DAL GRUPPO MILAN SECONDO LA RICLASSIFICA DEL CONTO ECONOMICO, È PARI A 468.243.925€.



VALORE ECONOMICO GENERATO E DISTRIBUITO

Come esposto nel grafico adiacente, la quota maggiormente significativa è rappresentata dalla **remunerazione del personale**, pari a 187.283.669€ (50% circa del valore distribuito) e dal valore dei **costi operativi** (circa il 44%, corrispondente a 163.554.893€).

I contributi destinati ai finanziatori (imprese collegate e istituti bancari) rappresentano il 3%, per un totale di 11.688.235€. La quota destinata alla Pubblica Amministrazione, costituita dal pagamento delle imposte, corrisponde a 9.905.559€ (3% del totale).

PERFORMANCE FINANZIARIA e crescita del brand

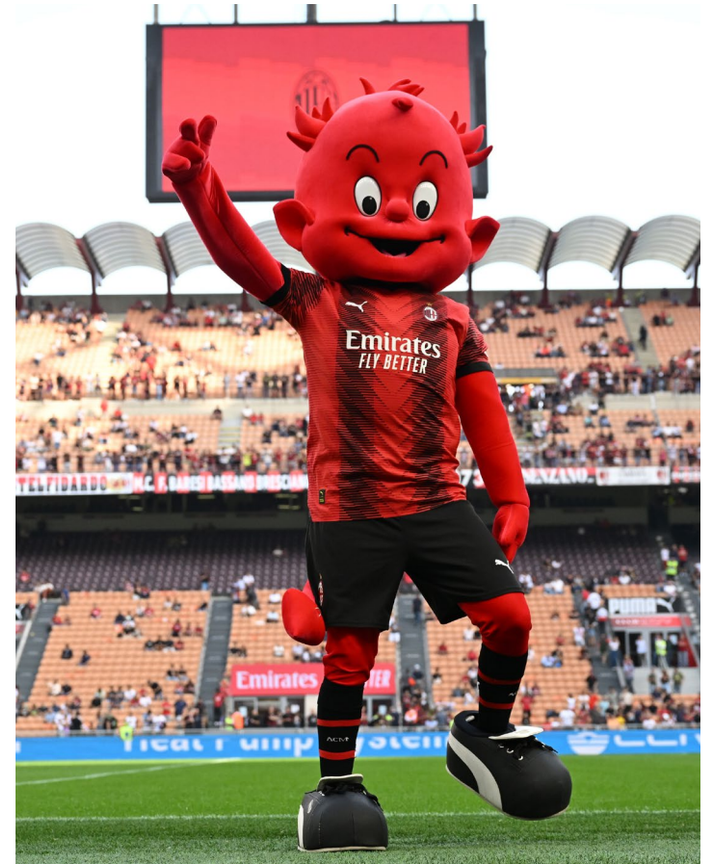
Per il secondo anno consecutivo, **nella stagione 2023/24 il Club ha registrato un utile di bilancio**, con un risultato consolidato positivo **pari a 4,1 milioni di euro**. Un dato alimentato da ricavi pari a 457 milioni di euro, **nuovo record nella storia del Club** dopo quello stabilito nella precedente stagione (404,5 milioni di euro), con un ulteriore incremento del +13%.

Una performance virtuosa che è andata di pari passo con l'evoluzione del brand rossonero: il report annuale BrandFinance Football 50 2024 ha infatti confermato il posizionamento di **AC Milan** come una delle realtà calcistiche più in crescita a livello mondiale.

GIÀ NELLE ULTIME DUE EDIZIONI, IL CLUB ROSSONERO SI ERA DISTINTO COME QUELLO CON IL MAGGIORE INCREMENTO DI VALORE, UNA TENDENZA CHE TROVA ULTERIORE CONFERMA NELL'EDIZIONE 2024.

Secondo il report, AC Milan ha registrato la crescita più significativa tra i club calcistici mondiali nel quadriennio 2021-2024, passando da un valore di circa 150 milioni di euro a oltre 400 milioni di euro, con un incremento del 162%.

Inoltre, il report conferma **il Milan come unico club italiano nella Top 50 mondiale ad aver registrato una crescita nell'ultimo anno,** con un incremento dell'11,9% rispetto al 2023, portando il valore del brand da 358 milioni di euro a oltre 400 milioni nel 2024.



Oltre ai dati di BrandFinance, altri istituti di ricerca internazionali attestano il percorso di crescita sostenibile di AC Milan:

✓ Secondo Football Benchmark, **il Club è da tre anni consecutivi il più cresciuto in Europa per valore d'impresa**.

✓ YouGov rileva che il Milan è **il Club italiano più apprezzato in mercati strategici come Stati Uniti e Cina**.

QUESTI RICONOSCIMENTI TESTIMONIANO NON SOLO IL RAFFORZAMENTO DEL VALORE ECONOMICO DEL BRAND, MA ANCHE LA SOLIDITÀ DI UNA STRATEGIA ORIENTATA ALLA SOSTENIBILITÀ FINANZIARIA E ALL'ESPANSIONE GLOBALE.

Un passo cruciale nella strategia di crescita sostenibile del Club è rappresentato dal **potenziamento delle attività commerciali, sportive e istituzionali negli Emirati Arabi Uniti**. Nel novembre 2023, AC Milan ha **inaugurato Casa Milan Dubai**, una nuova sede operativa situata al 31° piano dell'ICD Brookfield Place, nel cuore del Dubai International Financial Center. Questa iniziativa **rafforza il legame del Club con il Medio Oriente**, una regione chiave in termini di sviluppo del calcio e di coinvolgimento degli stakeholder. Con oltre 35 milioni di tifosi nell'area MEA (Medio Oriente e Africa), AC Milan si conferma il Club italiano più seguito nella regione, consolidando la propria **leadership e visibilità internazionale**.Questo modello di crescita non solo rafforza il brand Milan su scala internazionale, ma contribuisce anche alla promozione di valori fondamentali quali **l'inclusione, la formazione sportiva e il consolidamento di una community globale di tifosi**.

LE NOSTRE Persone

SUSTAINABILITY REPORT
2023 | 24

INDEX

IN LINEA CON I VALORI DEL CLUB E CON LA MISSION AZIENDALE, È RICHIESTO A TUTTI I DIPENDENTI DEL GRUPPO MILAN DI SVOLGERE OGNI AZIONE IN SINTONIA CON I PRINCIPI FONDANTI CHE DEFINISCONO L'IDENTITÀ E L'OPERATO DEL GRUPPO. QUESTI SI POSSONO RIASSUMERE IN QUATTRO PILASTRI PRINCIPALI:

ECCELLENZA

UN IMPEGNO COSTANTE A MIGLIORARE E A RAGGIUNGERE STANDARD ELEVATI, CON CAPACITÀ DI ADATTAMENTO E INNOVAZIONE IN UN AMBIENTE IN CONTINUO CAMBIAMENTO.

PASSIONE

LA FORZA MOTRICE, CHE UNISCE GIOCATORI, TIFOSI E COLLABORATORI, SEMPRE NELL'OTTICA DEL RISPETTO RECIPROCO.

LAVORO DI SQUADRA

COLLABORAZIONE RECIPROCA FONDATA SUI PRINCIPI DI PERSISTENZA, PROFESSIONALITÀ, LEALTÀ E RISPETTO.

ELEGANZA

UN TRATTO DISTINTIVO DEL CLUB MILAN, NON SOLO NELLO STILE MA ANCHE NELL'ETICA. ELEGANZA SIGNIFICA ANCHE SINCERITÀ, INTELLIGENZA, ONESTÀ E DIGNITÀ.

GESTIONE del personale

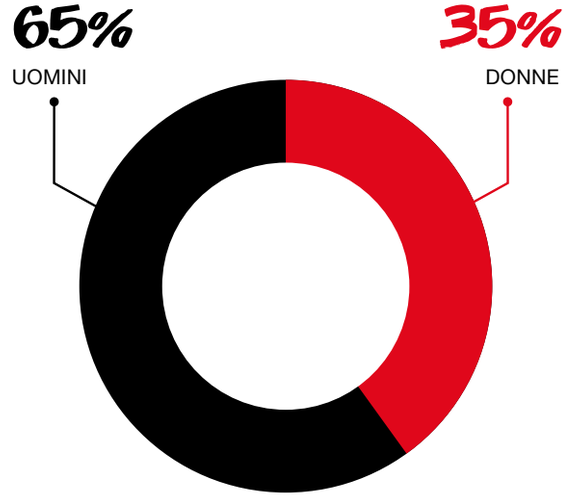
Al 30 giugno 2024, il Gruppo AC Milan impiega complessivamente **278 risorse**[1], in **aumento del 15% rispetto alla stagione 2022/23.**

LA MAGGIOR PARTE DELLE QUALI CON CONTRATTO A TEMPO INDETERMINATO 253 DIPENDENTI, IN AUMENTO DEL 14% RISPETTO ALL'ANNO PRECEDENTE). TRA IL PERSONALE DEL GRUPPO, 16 IMPIEGATI APPARTENGONO ALLE CATEGORIE PROTETTE, DI CUI 9 UOMINI E 7 DONNE.

1. Si segnala che il perimetro relativo ai dati sui dipendenti del Gruppo AC Milan riguarda esclusivamente le Società Milan S.p.A., Milan Entertainment S.r.l, Milan Real Estate S.p.A. e Fondazione Milan. Sono stati pertanto esclusi i dipendenti delle Società Milan Dubai e Milan China.

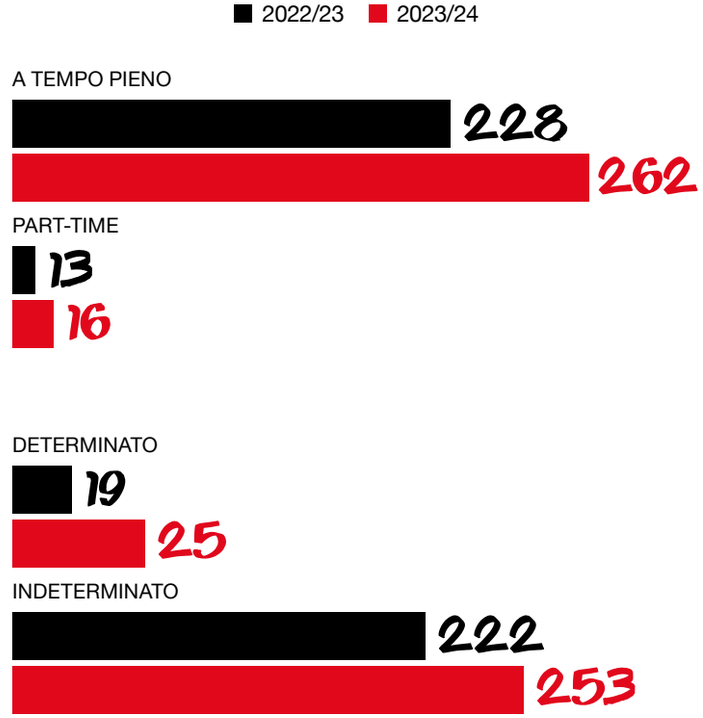
Sul totale delle risorse, in linea con la stagione precedente, si registra una presenza femminile del 35% e maschile del 65%, come di seguito rappresentato:

RAPPORTO FRA I DIPENDENTI UOMINI E DONNE (%)



Inoltre, il 94% dei dipendenti ha un contratto a tempo pieno, mentre la percentuale di lavoratori part-time è pari al 6%.

PERSONALE SUDDIVISO PER TIPOLOGIA CONTRATTUALE



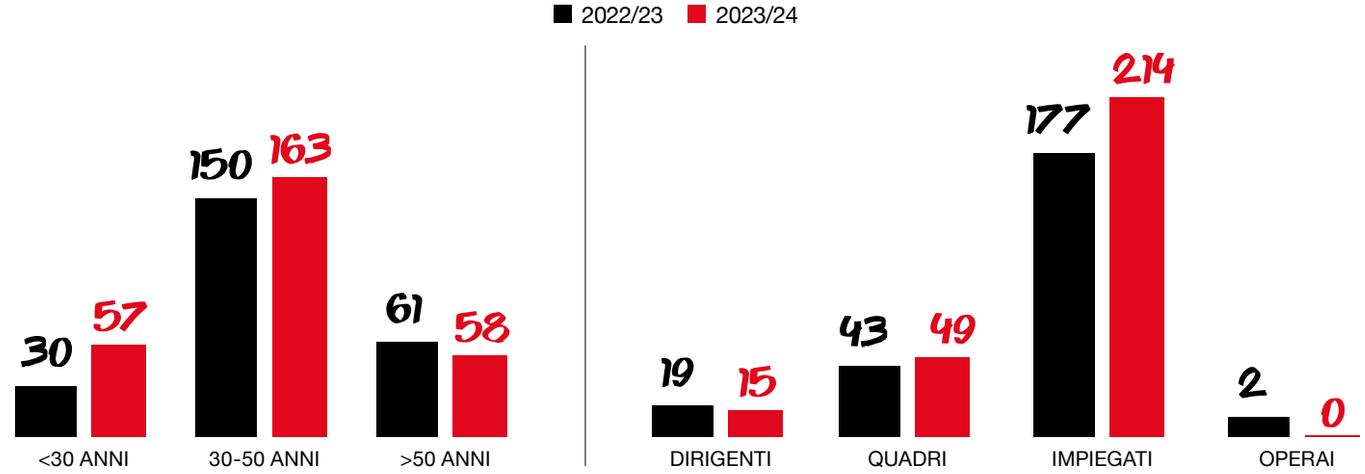
Nel settore sportivo, la scelta della tipologia contrattuale è strettamente legata alla natura dell'impiego. Il personale tesserato opera nel rispetto delle normative federali e della Legge 91/1981 sul professionismo sportivo, con contratti definiti in base alle specifiche esigenze dell'attività agonistica.

In ambito corporate, invece, i dipendenti sono assunti con un contratto interno, caratterizzato da un rinnovo triennale, in linea con le politiche aziendali di gestione del personale.

COME EVIDENZIATO NEL GRAFICO ADIACENTE, LA MAGGIOR PARTE DEI DIPENDENTI È IMPIEGATA CON CONTRATTO A TEMPO INDETERMINATO.

Questo risultato è frutto di una **politica di gestione del personale orientata alla valorizzazione e alla stabilizzazione delle risorse**: nel primo anno di assunzione, i nuovi ingressi avvengono tramite contratto a tempo determinato, e, a seguito di una valutazione positiva della performance, la maggior parte di queste risorse viene confermata con un contratto a tempo indeterminato, **favorendo così continuità e crescita professionale.**
Il Gruppo adotta un approccio flessibile nella gestione del personale, favorendo il bilanciamento tra vita professionale ed esigenze individuali. In questa prospettiva, il part-time viene generalmente concesso in presenza di comprovate necessità, garantendo soluzioni adeguate alle richieste dei dipendenti. Inoltre, i dipendenti hanno diritto a **sei giorni di smart working al mese**, organizzabili in base alle proprie esigenze.
In riferimento alla distribuzione del personale per fasce d'età, nella stagione 2023/24 **il 59% dei dipendenti rientra nella fascia compresa tra i 30 e i 50 anni, il 20% ha meno di 30 anni, mentre il 21% supera i 50 anni**. Per quanto riguarda la suddivisione del personale per categoria professionale, i dirigenti costituiscono circa l'6%, i quadri il 18% e gli impiegati il 77%, come illustrato di seguito:

PERSONALE SUDDIVISO PER INQUADRAMENTO PROFESSIONALE E FASCIA DI ETÀ (2023)



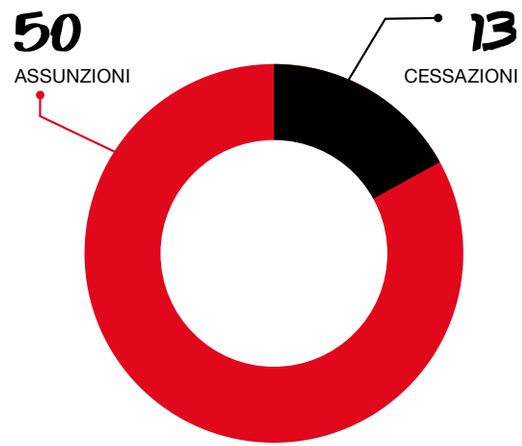
Infine, si evidenzia che tutti i dipendenti attualmente in organico sono soggetti a un regime di contrattazione collettiva.

Nello specifico, la maggior parte è regolata dal Contratto Collettivo Aziendale specifico di AC Milan, mentre una parte residuale è coperta dal CCNL per i Giornalisti e dal CCNL per l'Industria.

Relativamente al periodo minimo di preavviso in caso di cessazione del rapporto di lavoro, è fissato in due settimane lavorative, come stabilito dalle disposizioni del Contratto Collettivo Aziendale di Lavoro applicato.

RELATIVAMENTE AL TURNOVER DEL PERSONALE, LA STAGIONE 2023/24 SI CONCLUDE CON UN TREND DI CRESCITA, CON L'INGRESSO DI 50 NUOVE RISORSE (IN AUMENTO DELL'11% RISPETTO ALLA PRECEDENTE STAGIONE) E 13 CESSAZIONI.

NUOVE ASSUNZIONI E TURNOVER



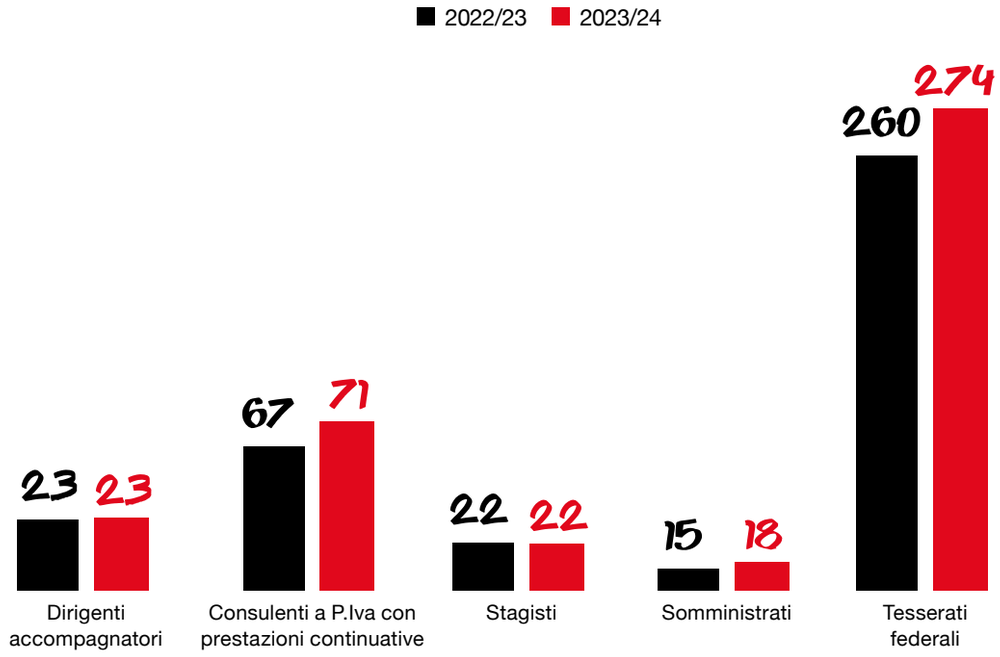
Il **processo di assunzione** delle nuove risorse del Gruppo è **regolato da una procedura specifica**, in vigore dal 2021, conforme ai requisiti del Modello Organizzativo 231/2001.

Questa normativa disciplina la gestione delle assunzioni, garantendo che ogni fase, dalla definizione delle esigenze di mercato alla definizione e analisi della job description, avvenga in conformità con i principi di trasparenza, tracciabilità e compliance normativa.

Parallelamente, è attivo un **sistema di incentivazione ordinario** che coinvolge la quasi totalità dei dipendenti, basato su **obiettivi individuali e di team** definiti attraverso momenti di confronto tra il collaboratore e il team leader. Inoltre, in riferimento al contesto calcistico, vengono stabiliti ulteriori obiettivi sia a livello personale che di squadra.

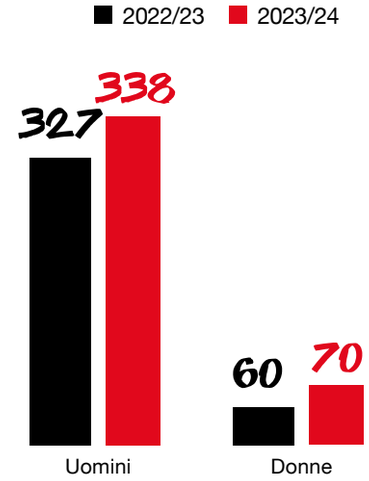
In relazione alla natura del business e delle attività svolte dal Gruppo AC Milan, durante la stagione 2023/24 sono stati impiegati complessivamente 408 lavoratori esterni, in aumento di circa il 6% rispetto alla precedente stagione, suddivisi come segue:

NUMERO DI LAVORATORI ESTERNI SUDDIVISO PER TIPOLOGIA PROFESSIONALE



La maggiore presenza di personale maschile, coerente con le caratteristiche del settore calcistico, si riflette anche nella composizione dei lavoratori esterni impiegati dal Gruppo. Nella stagione 2023/24, tuttavia, si registra un incremento significativo della componente femminile, con un aumento pari a circa il 17%. Parallelamente, il numero di uomini è aumentato circa del 3%, come illustrato di seguito:

NUMERO DI LAVORATORI ESTERNI SUDDIVISO PER GENERE



DURANTE LA STAGIONE 2023/24, IL GRUPPO MILAN HA CONFERMATO IL PROPRIO IMPEGNO NELLA TUTELA E NELLA PROMOZIONE DELLA SALUTE E DEL BENESSERE FISICO E MENTALE DEI SUOI DIPENDENTI, PROSEGUENDO LUNGO LA LINEA TRACCIATA NELLE STAGIONI PRECEDENTI.

Questa missione si è concretizzata attraverso un'ampia gamma di **iniziative e attività mirate a favorire uno stile di vita sano ed equilibrato**, in perfetta coerenza con i valori fondanti del Club. L'attenzione riservata al benessere dei dipendenti non si limita all'ambito professionale, ma abbraccia anche la sfera personale, contribuendo alla creazione di un **ambiente di lavoro positivo, inclusivo e stimolante**.
Nel quadro delle agevolazioni dedicate ai propri collaboratori, il Gruppo Milan propone una serie di **benefit pensati per migliorare la qualità della vita quotidiana**. Oltre alla distribuzione dei buoni pasto, i dipendenti possono usufruire dell'assegnazione di due abbonamenti stagionali per le partite della squadra, oltre a un accesso privilegiato agli eventi musicali organizzati allo Stadio San Siro nel corso dell'estate. **Per favorire la mobilità urbana**, il Club prevede **facilitazioni per l'acquisto di titoli di viaggio ATM**.

A completamento di queste iniziative, i dipendenti hanno accesso a una piattaforma esclusiva con sconti riservati su una vasta gamma di brand e categorie merceologiche, offrendo ulteriori vantaggi e concrete **opportunità di risparmio**.
A supporto di questa visione integrata di benessere, sono state attivate anche iniziative relazionali e partecipative, volte a rafforzare il senso di appartenenza e la coesione interna:

✓ **Networking**: organizzazione di eventi dedicati a dipendenti, stakeholder e partner presso le sedi AC Milan, tra cui Casa Milan, Milanello, San Siro e il Puma House Of Football.

✓ **Welcome On Board**: attività di accoglienza e presentazione per i nuovi assunti, pensate per favorirne l'integrazione nel contesto aziendale.

✓ **Team Building**: iniziative aziendali di team building svolte in collaborazione con la Prima Squadra Femminile, per promuovere lo spirito di squadra e la condivisione dei valori del Club.

Guardando alla stagione 2024/25, il Gruppo si pone l'obiettivo di ampliare ulteriormente queste opportunità, sviluppando nuove attività di team building e rafforzare i **programmi di volontariato aziendale in ambito sociale, salute e benessere**. L'intento è quello di offrire ai dipendenti occasioni concrete per **contribuire attivamente alla comunità**, rafforzando al contempo il legame tra responsabilità sociale e cultura d'impresa.

LE NOVITÀ della stagione

Programmi ed eventi dedicati ai dipendenti

CASA MILAN GYM: UN NUOVO SPAZIO DEDICATO AL BENESSERE

Una delle iniziative di maggiore rilievo introdotte nella stagione 2023/24 è stata **l'inaugurazione della Casa Milan Gym**, una palestra all'avanguardia realizzata in collaborazione con **Technogym**, Official Supplier del Club. Situata all'interno della **sede aziendale di Milano**, questa struttura è stata pensata per offrire ai dipendenti **un servizio di personal training** e **attrezzature fitness** di ultima generazione.

La decisione di creare questo spazio rappresenta un ulteriore passo avanti nel rafforzamento del welfare aziendale, sottolineando la volontà del Club di **investire nella salute e nel benessere del proprio personale**.

La Casa Milan Gym non è solo una palestra, ma un vero e proprio punto di riferimento per il benessere aziendale. Grazie alla collaborazione con Technogym, marchio leader nel settore del fitness e già presente nei centri di allenamento di Milanello e nella PUMA House of Football, i dipendenti possono usufruire delle migliori soluzioni per mantenere uno **stile di vita attivo**.

L'obiettivo è quello di **integrare l'attività fisica all'interno del contesto lavorativo**, creando un ambiente che favorisca il movimento e il benessere quotidiano.

L'APERTURA DELLA CASA MILAN GYM SI INSERISCE IN UN PIANO PIÙ AMPIO DI WELFARE AZIENDALE PROMOSSO DA AC MILAN, VOLTO A MIGLIORARE LA QUALITÀ DELLA VITA LAVORATIVA E PERSONALE DEI PROPRI DIPENDENTI.

Il Club, da sempre attento al benessere del proprio team, ha voluto creare uno spazio moderno e funzionale, dove **l'attività fisica non è solo un'opportunità, ma diventa parte integrante della cultura aziendale**.

Oltre alla Casa Milan Gym, il Club ha implementato ulteriori iniziative volte a promuovere il benessere fisico e mentale dei propri dipendenti, rafforzando un programma integrato di welfare aziendale:

✓ **Test Experience**: Introdotta la possibilità per i dipendenti di effettuare visite mediche e test fisici presso il centro sportivo di Milanello. Questa iniziativa consente di monitorare il proprio stato di salute in un ambiente professionale, avvalendosi delle competenze degli specialisti che lavorano a stretto contatto con gli atleti del Club.

✓ **Team Building Salute e Benessere**: Organizzate attività specifiche dedicate al benessere fisico e mentale, coinvolgendo non solo i dipendenti, ma anche la Prima Squadra Femminile e lo staff tecnico. Queste esperienze favoriscono la coesione del gruppo e incentivano la creazione di un ambiente lavorativo positivo e collaborativo, promuovendo l'importanza di uno stile di vita sano anche attraverso lo sport e l'interazione tra colleghi.

✓ **Nuovo Smart Fridge**: Implementata presso Casa Milan un'offerta innovativa di pasti bilanciati e salutari, facilmente accessibili ai dipendenti. Questa iniziativa nasce con l'obiettivo di incentivare abitudini alimentari corrette e di fornire un'alternativa sana ai pasti consumati in ufficio, migliorando il benessere nutrizionale e contribuendo a una maggiore produttività durante la giornata lavorativa.

✓ **Milano Marathon**: Promosso il coinvolgimento attivo dei dipendenti nella partecipazione alla Milano Marathon. Questa iniziativa non solo incentiva la pratica sportiva, ma rappresenta anche un'opportunità per rafforzare il senso di appartenenza e la collaborazione tra colleghi, attraverso un evento che incarna perfettamente i valori di determinazione, spirito di squadra e benessere fisico sostenuti dal Club.

AC Milan garantisce inoltre una serie di agevolazioni aggiuntive per migliorare ulteriormente la qualità della vita dei propri dipendenti. Tra queste, spicca **l'area parcheggio gratuita**, che permette a tutti i dipendenti di usufruire di spazi dedicati senza alcun costo, agevolando la mobilità quotidiana. La presenza di colonnine di ricarica per i veicoli elettrici incentiva inoltre l'uso di mezzi di trasporto sostenibili.

Un'altra iniziativa di rilievo è l'**accesso riservato alla Tribuna Autorità**, che offre ai dipendenti la possibilità di assistere alle partite dalla prestigiosa tribuna di San Siro, e **la partecipazione alle eventuali finali di Coppa Italia o delle competizioni UEFA** raggiunte dalla Prima Squadra Maschile nell'ambito di eventi dedicati alla popolazione aziendale. Questo benefit rappresenta un'occasione esclusiva per vivere da vicino le emozioni del calcio e rafforzare il legame con il Club.

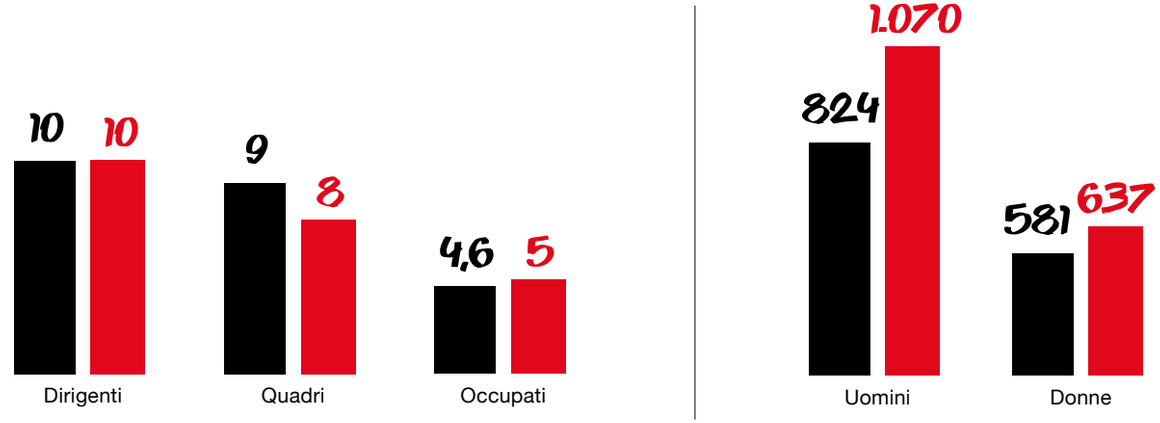
Nell'arco delle prossime stagioni, il Gruppo si pone l'obiettivo di conseguire la certificazione UNI PdR 125 per la parità di genere.

FORMAZIONE
e sviluppo professionale

La formazione dei dipendenti del Gruppo AC Milan punta a un **aggiornamento continuo delle competenze**, personalizzato per ogni ruolo. Attraverso la **piattaforma Good Habits**, il personale accede a corsi basati sui bisogni rilevati dal questionario annuale. Nella stagione 2023/24, è emersa soprattutto la richiesta di corsi linguistici (italiano e inglese) e di corsi tecnici per competenze specifiche.
Nel corso della stagione 2023/24, sono state erogate **1.707 ore di formazione**[2] distribuite in modo bilanciato tra il personale. In particolare, sono state promosse **attività di formazione e di sviluppo professionale come**:

- ✓ **Good Habits e Corsi di Lingua**: E-learning con oltre 50 corsi per lo sviluppo di competenze trasversali.
- ✓ **Corsi di Lingua online e corso di italiano** in presenza per dipendenti stranieri.
- ✓ **Formazione e Sviluppo**: partecipazione in qualità di relatori a corsi universitari, master, convegni.
- ✓ **Formazione DAE**: Corso sul Defibrillatore Automatico Esterno.

NUMERO DI LAVORATORI ESTERNI SUDDIVISO PER TIPOLOGIA PROFESSIONALE



Per identificare al meglio le esigenze formative da sviluppare durante la stagione calcistica 2023/24, il Gruppo ha sottoposto un questionario a tutti i propri dipendenti nel corso del 2023 al fine di supportare al meglio la **crescita professionale e il raggiungimento degli obiettivi aziendali**. Come evidenziato dal grafico soprastante, le categorie professionali coinvolte nei corsi di formazione comprendono Dirigenti, Quadri e Impiegati, con una media delle ore di formazione per risorsa che si attesta a circa 6 ore a stagione. In materia di **salute e sicurezza sul lavoro**, il Gruppo AC Milan monitora costantemente gli indicatori di infortunio adottando misure mirate di sensibilizzazione del personale tramite attività di formazione e informazione interne riguardanti la sicurezza sul lavoro. Si segnala che **durante la stagione 2023/24 non sono stati registrati infortuni sul lavoro o episodi confermati di malattia professionale, né tra i dipendenti né tra i lavoratori esterni, a fronte di 489.042 ore lavorate.**

2. Si segnala che il perimetro relativo alle ore di formazione professionale erogate dal Gruppo AC Milan nella stagione 2022-2023 riguarda esclusivamente le Società Milan S.p.A., Milan Entertainment S.r.l, Milan Real Estate S.p.A. e Fondazione Milan. Sono state pertanto escluse le ore di formazione erogate dalle Società Milan Dubai e Milan China.

IL MILAN per la Comunità

SUSTAINABILITY REPORT
2023 | 24

INDEX

AC MILAN e La Comunità

DURANTE LA STAGIONE 2023/24, AC MILAN HA RAFFORZATO E AMPLIATO IL PROPRIO IMPEGNO NELLE INIZIATIVE SOCIALI, PUNTANDO CON DETERMINAZIONE SU INCLUSIVITÀ, UGUAGLIANZA E RESPONSABILITÀ SOCIALE

Il Club ha agito su più fronti, **sia a livello locale che internazionale**, coinvolgendo una comunità di tifosi sempre più ampia e diversificata.

Le attività promosse hanno avuto l'obiettivo di **favorire accessibilità, partecipazione e integrazione, con un'attenzione particolare alle persone in situazioni di maggiore vulnerabilità**.

IL GRUPPO MILAN E LE INIZIATIVE PER L'INCLUSIONE

In occasione della Giornata Internazionale delle Persone con Disabilità, **il 3 dicembre 2023**, **Casa Milan ha ospitato circa 50 tifosi con disabilità**, offrendo loro una visita guidata al Museo Mondo Milan e un momento speciale con il calciatore Luka Romero, che ha sorpreso i partecipanti con un incontro a sorpresa.

Questa iniziativa è stata solo una delle tante azioni promosse dal Club, che ha organizzato anche **visite al Centro Sportivo di Milanello per circa 100 tifosi con disabilità o provenienti da contesti sociali complessi**, consentendo loro di assistere agli allenamenti della Prima Squadra e incontrare i giocatori.

COME OGNI ANNO, DURANTE IL PERIODO NATALIZIO, IL CLUB HA FATTO VISITA A OSPEDALI DEL TERRITORIO PER PORTARE AI GIOVANI PAZIENTI, CREANDO COSÌ OCCASIONI DI GIOIA E SPENSIERATEZZA PER CHI AFFRONTA MOMENTI DIFFICILI.

Durante la stagione, i calciatori **Rafael Leao, Olivier Giroud, Kevin Zeroli, Ismael Bennacer, Yacine Adli, Selene Babb, Greta Adami e Matilde Copetti** si sono recati presso **l'Ospedale dei Bambini "Vittore Buzzi"**, **l'Istituto Nazionale dei Tumori ed il Policlinico di Milano**.

Inoltre, sempre durante le festività, il **Mister Stefano Pioli** ha avuto modo di **incontrare alcuni giovani detenuti dell'Istituto Penale per i Minorenni di Milano "Cesare Beccaria"** per condividere con loro un dialogo valoriale, nel quale si è discusso di come rialzarsi dopo le grandi cadute e i piccoli fallimenti, nel campo come nella vita.

Inoltre, il Club ha potenziato l'attività delle **mascottine rossonere**, che durante ogni partita casalinga accolgono i calciatori sul terreno di gioco.

Un'iniziativa che è stata estesa anche a **bambini con disabilità o provenienti da situazioni familiari e sociali delicate**.

Questi momenti speciali sono sempre stati al centro dell'attenzione di **AC Milan** e **Fondazione Milan**, che hanno reso possibile la realizzazione di questi progetti di responsabilità sociale.
Il programma **"Il Milan per tutti"**, promosso dal Club, ha permesso di garantire ulteriormente la massima inclusività e accessibilità, estendendo l'opportunità di vivere l'esperienza dello stadio anche ai tifosi con disabilità.

Ogni partita casalinga prevede infatti **biglietti gratuiti per le persone con disabilità e i loro accompagnatori**, così come per le associazioni che operano nel campo della disabilità e del disagio sociale.

Da anni, AC Milan ha inoltre riservato uno spazio speciale nello stadio per **tifosi non vedenti e ipovedenti**, **offrendo loro un servizio di audiodescrizione**, che può essere ascoltato comodamente dai seggiolini dello stadio o a casa, tramite dispositivi digitali.

Dal 2021 AC Milan ha inoltre reso accessibili per i tifosi sordi tutte le conferenze stampa prepartita, traducendo in diretta le dichiarazioni di Mister Pioli in Lingua dei Segni Italiana (LIS).

Queste azioni rappresentano solo una parte del vasto impegno del Club nell'assicurare che ogni tifoso possa vivere appieno la passione per il Milan, a prescindere dalle proprie condizioni fisiche o sociali.

Sul piano sportivo, il Club ha rinnovato la propria partecipazione alla **Divisione Calcio Paralimpico e Sperimentale della FIGC**, supportando anche per questa stagione le squadre **Briantea84** e **APD Vharese**, coinvolgendole in attività dedicate e ospitandole a San Siro durante alcune partite della stagione sportiva.

Tutte queste iniziative rientrano nel quadro del **Manifesto RespAct di AC Milan**, un impegno programmatico che promuove **i valori di equità sociale, uguaglianza e inclusività**.

Il Manifesto rappresenta **la visione a lungo termine del Club**, che attraverso il suo forte legame con i tifosi e la comunità, **combatte ogni forma di discriminazione e pregiudizio**, facendo leva sulla potenza emotiva dello sport per connettere e coinvolgere tutti i suoi sostenitori, senza barriere.

L'impegno di AC Milan per la diversità e l'inclusività si è espresso in questa stagione anche attraverso le maglie indossate dai giocatori e dalle giocatrici: il 24 settembre 2023, in occasione della partita contro l'Hellas Verona, il Club ha presentato ufficialmente il suo Third kit per la stagione 2023/24.

Creato in collaborazione con PUMA, questa divisa moderna si è contraddistinta per la celebrazione innovativa dell'inclusività, con l'obiettivo di unire i tifosi da ogni parte del mondo, riflettendo la diversità che caratterizza la tifoseria milanista.

HER NAME IN THE GAME: AC MILAN PER IL DIRITTO ALL'IDENTITÀ PERSONALE

Il 27 aprile 2022, la Corte Costituzionale ha dichiarato incostituzionale l'assegnazione automatica del cognome paterno ai figli, aprendo alla possibilità di scelta condivisa tra entrambi i genitori. Nonostante l'entrata in vigore della nuova norma il 1° giugno 2022, nel 2024 molti cittadini italiani non conoscono ancora appieno questo diritto.

PER SENSIBILIZZARE L'OPINIONE PUBBLICA, IN OCCASIONE DELLA FESTA DELLA MAMMA, I CALCIATORI E LE CALCIATRICI DELLE PRIME SQUADRE HANNO INDOSSATO SULLE MAGLIE IL COGNOME MATERNO ANZICHÉ QUELLO PATERNO.

Un gesto volto a promuovere **la parità di genere e il diritto all'identità personale**, che è stato abbracciato dalla Lega Serie A e da altri sei club.

Oltre ad aver ottenuto **ampia visibilità mediatica**, l'iniziativa ha **ricevuto una lunga serie di prestigiosi riconoscimenti internazionali**, dai Clio Sports ai SABRE Awards, fino ai PRWeek Awards.

La campagna è stata accompagnata da una **strategia di comunicazione** ben strutturata, che ha amplificato il messaggio attraverso i canali ufficiali del Club, media terzi, i social media e il coinvolgimento di calciatori, tifosi e personaggi pubblici.

Questa iniziativa non solo ha aumentato la consapevolezza su un diritto fondamentale, ma ha anche dimostrato come **il calcio possa fungere da potente strumento di sensibilizzazione sociale**.

Le maglie indossate durante la partita sono state messe all'asta tramite Matchworn Shirts e **parte dei proventi sono stati devoluti al progetto "A Goal to Dream" di Fondazione Milan**, un'iniziativa che sostiene l'emancipazione femminile tramite lo sport in Pakistan.

L'IMPEGNO DEL CLUB NELLA LOTTA A RAZZISMO E DISCRIMINAZIONE

Il Club adotta da sempre **una politica di tolleranza zero verso il razzismo e ogni forma di discriminazione**, promuovendo il calcio come spazio inclusivo e di incontro. Tutti i membri del Club devono rispettare un Codice Etico, che vieta e sanziona qualsiasi comportamento discriminatorio. L'impegno si traduce anche in **misure concrete negli stadi**, come il controllo degli striscioni, l'espulsione immediata dei responsabili di comportamenti discriminatori e l'uso di sistemi avanzati di videosorveglianza **per garantire un ambiente sicuro e rispettoso**.

In parallelo, AC Milan promuove attivamente anche **iniziative educative** e di sensibilizzazione, rivolgendo particolare attenzione al Settore Giovanile, che rappresenta il futuro del calcio. Sono previsti **programmi educativi e corsi di formazione specifici per i giovani calciatori, i dirigenti, i tecnici e gli steward**, affinché comprendano l'importanza di creare un ambiente positivo e inclusivo. Inoltre, il Club collabora con UEFA, FIGC e la Lega Serie A per lanciare campagne di sensibilizzazione volte a combattere ogni forma di discriminazione. L'anno 2020 ha segnato una pietra miliare in questo impegno, con il lancio del Manifesto per l'Equità e l'Inclusione RespAct, che ha portato alla realizzazione di azioni concrete in ambito di sensibilizzazione, educazione, mediazione digitale e prevenzione dei comportamenti discriminatori. Il messaggio di inclusione di AC Milan non si ferma al terreno di gioco. Attraverso i suoi canali e la Fondazione, il Club parla al mondo, raccontando **l'importanza del rispetto**, dell'apertura e della lotta contro ogni forma di discriminazione.

Anche nel digitale, AC Milan agisce concretamente. Durante il Safer Internet Day, il Club ha rinnovato il proprio impegno per rendere le sue **piattaforme online spazi più sicuri e accoglienti**, ribadendo che la battaglia contro il razzismo deve essere combattuta ovunque, per garantire un'esperienza positiva a tutti.

Attraverso politiche concrete, iniziative educative e un impegno costante nella sensibilizzazione del pubblico, il Club contribuisce in modo significativo a creare un calcio più inclusivo e rispettoso, dimostrando che il rispetto per la diversità è un valore fondamentale che va oltre i confini del campo da gioco.

Come parte della sua strategia di lotta al razzismo, AC Milan rafforza ogni anno il programma **"Tutti i colori dello sport"**, un'iniziativa che organizza **incontri con studenti e studentesse** in tutto il mondo per sensibilizzare sulle tematiche della discriminazione e promuovere l'inclusività attraverso il valore universale dello sport.

Questo programma, che ha come obiettivo quello di **diffondere una cultura di tolleranza e rispetto**, è diventato uno strumento fondamentale per il Club **nella formazione delle nuove generazioni**, invitandole a riflettere sui temi dell'uguaglianza e della diversità grazie ad un confronto con atleti e testimonial rossoneri.

Durante la stagione, si sono tenuti **incontri con scuole italiane e straniere**, da Milano a Kampala, Nairobi, New York e Londra, con la partecipazione di **Angelica Soffia, Christy Grimshaw, Fikayo Tomori, Matilde Copetti, Tommaso Pobega e Yunus Musah**.

MILAN-BOLOGNA: 27 GENNAIO 2024

Il 20 gennaio 2024, durante la partita Udinese-Milan, il portiere rossonero Mike Maignan è stato bersaglio di cori razzisti provenienti da alcuni tifosi dell'Udinese che hanno portato alla sospensione temporanea della partita.

L'episodio ha avuto un impatto significativo, alimentando un dibattito sul tema del razzismo nel calcio. Dopo l'incidente, il Club di Udine ha prontamente identificato i tifosi responsabili e li ha banditi a vita dallo stadio, come segno di condanna per l'accaduto e di ferma intenzione di non tollerare comportamenti discriminatori nel proprio impianto.

LA SETTIMANA SUCCESSIVA, AC MILAN HA ORGANIZZATO UN GESTO SIMBOLICO DI SOLIDARIETÀ DURANTE LA PARTITA MILAN-BOLOGNA DEL 27 GENNAIO 2024.

Al 16° minuto, che corrisponde al numero di maglia di Maignan, l'arbitro ha fermato il gioco per permettere all'intero stadio di esprimere vicinanza al portiere rossonero. Gli oltre 70.000 spettatori di San Siro hanno acceso le torce dei propri smartphone, creando un'atmosfera luminosa in segno di **contrasto al razzismo**. Su tutti i maxischermi dello stadio è apparsa una citazione di Martin Luther King: **"L'oscurità non può scacciare l'oscurità: soltanto la luce può farlo"**.

L'iniziativa ha suscitato un'ampia eco internazionale, rafforzando **l'impegno di AC Milan nella lotta al razzismo a livello globale**. La visibilità di questo gesto ha contribuito a sensibilizzare ulteriormente il pubblico, ribadendo l'importanza di diffondere messaggi positivi di inclusione, tolleranza e rispetto.

Il Club ha organizzato uno speciale incontro di "Tutti i colori dello sport" in occasione della Giornata internazionale per l'eliminazione della discriminazione razziale, in collaborazione con la Presidenza del Consiglio dei Ministri – Dipartimento per le pari opportunità. L'evento ha visto la partecipazione di oltre **350 studenti e studentesse** e ha avuto l'obiettivo di sensibilizzare i giovani sull'inclusività e il rispetto reciproco, grazie alle testimonianze dei calciatori rossoneri **Fikayo Tomori** e **Tommaso Pobega**, insieme al giornalista Pierluigi Pardo.

L'IMPEGNO SOCIALE DI FONDAZIONE MILAN nella stagione 2023/24

Nel corso della stagione 2023/24, la charity rossonera ha rafforzato il proprio impegno nel diffondere i valori positivi dello sport, intervenendo in contesti complessi sia in Italia che all'estero. Fondazione Milan ha portato avanti questa mission attraverso tre programmi principali - **Sport for All, Sport for Change** e **Assist** - pensati per offrire a tanti giovani nuove opportunità di crescita personale, inclusione e sviluppo sociale.

OGNI INIZIATIVA È STATA CONCEPITA PER UTILIZZARE LO SPORT COME STRUMENTO CONCRETO DI CAMBIAMENTO E INTEGRAZIONE, AIUTANDO I RAGAZZI A COSTRUIRSI UN FUTURO MIGLIORE.

Fondazione Milan

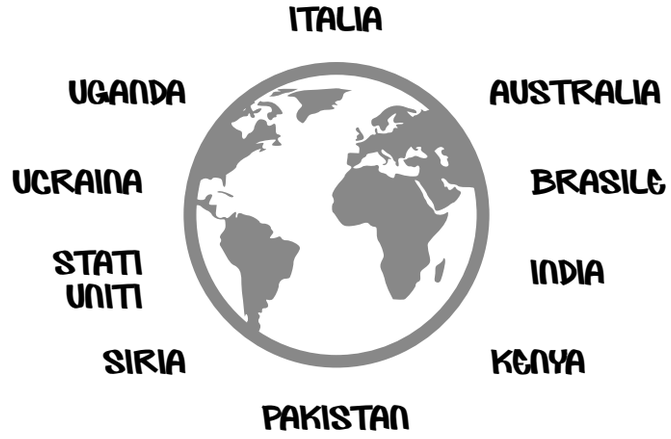
I NUMERI DELLA STAGIONE 2023/24

Oltre 700.000 euro
RACCOLTI

5.304
beneficiari sostenuti

Oltre 20 associazioni
Locali supportate

10 nazioni
COINVOLTE NEI PROGETTI



9 città italiane
PROTAGONISTE DEI PROGETTI

TRA I NUMEROSI PROGETTI DI FONDAZIONE MILAN NELLA STAGIONE 2023/24, SPICCANO:

1. "PLAY FOR THE FUTURE"

Un'iniziativa di grande impatto all'interno del programma **Sport for Change** è stato il progetto Play for the Future, realizzato in collaborazione con **Fondazione CDP e il Ministero della Giustizia**. Lanciato nel 2023, questo progetto ha avuto l'obiettivo di **promuovere il reinserimento sociale di giovani coinvolti nel sistema penale**. Grazie alla sinergia tra i tre partner, il progetto ha coinvolto **oltre 120 ragazzi in area penale esterna nelle città di Bari, Catania, Napoli e Palermo**. La combinazione di **attività sportive e educative**, unitamente a **percorsi di orientamento professionale**, ha rappresentato un'opportunità concreta per questi giovani di reintegrarsi positivamente nella società.

In linea con le politiche di equità e inclusione promosse dalla UEFA e dalla FIGC, "Play for the Future" rappresenta un **esempio concreto di come lo sport possa diventare uno strumento efficace di educazione, valorizzazione del talento e prevenzione dell'emarginazione sociale**, rispondendo alla necessità di rendere il calcio più equo e inclusivo.

TRA I NUMEROSI PROGETTI DI FONDAZIONE MILAN NELLA STAGIONE 2023/24, SPICCANO:

2. FONDAZIONE MILAN PER LA ROMAGNA

Anche in questa stagione, Fondazione Milan ha dimostrato grande prontezza nel **rispondere alle emergenze**, intervenendo a sostegno delle comunità danneggiate dall'alluvione che ha colpito l'Emilia-Romagna e la provincia di Forlì nel maggio 2023.

In collaborazione con il **Settore Giovanile di AC Milan**, è stato organizzato uno **"Special Camp" che ha coinvolto oltre 160 bambini in attività ludiche e educative**, offrendo loro un momento di sollievo e socializzazione.

Un altro gesto di solidarietà è stato il *Trofeo Silvio Berlusconi*, disputato l'8 agosto 2023 tra AC Milan e AC Monza, che ha permesso di **raccogliere fondi per ricostruire due campi sportivi dell'AC Solarolo, danneggiati dall'alluvione**.

Questi spazi, fondamentali per la crescita e l'aggregazione dei giovani, sono stati ripristinati, permettendo alla comunità di tornare a vivere lo sport in sicurezza.

L'iniziativa ha sottolineato il potere dello **sport come strumento di solidarietà** e ricostruzione sociale, valorizzando il legame tra i due club e il messaggio di speranza rivolto alle popolazioni colpite.

TRA I NUMEROSI PROGETTI DI FONDAZIONE MILAN NELLA STAGIONE 2023/24, SPICCANO:

3. INAUGURAZIONE DELLO "SPAZIO FONTANELLI" A BRUZZANO: UN TRIBUTO A DAVIDE ASTORI

Nel marzo 2024, è stato inaugurato a Bruzzano lo "Spazio Fontanelli", **un campo multisportivo dedicato alla memoria di Davide Astori**, ex calciatore del Milan e capitano della Fiorentina, scomparso prematuramente nel 2018. Questo spazio, che ospita ogni anno oltre 1.000 giovani, rappresenta un **punto di riferimento per la comunità locale**, promuovendo attività sportive e sociali.

Lo "Spazio Fontanelli" è stato pensato per essere un luogo dove i giovani possano crescere attraverso lo sport, trasmettendo i valori di dedizione, lealtà e passione.

La **riqualificazione** dello spazio è stata resa possibile grazie alla **collaborazione tra Fondazione Milan, il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, Sport e Salute, la FIGC e l'Associazione "Davide Astori**, ma anche grazie a una raccolta fondi che ha coinvolto numerosi volontari durante la partita Milan-Fiorentina del 25 novembre 2023. In quell'occasione, i tifosi presenti allo stadio sono stati invitati dai volontari a contribuire con una donazione, dimostrando ancora una volta l'unione e la solidarietà che legano il calcio alla comunità.

TRA I NUMEROSI PROGETTI DI FONDAZIONE MILAN NELLA STAGIONE 2023/24, SPICCANO:

4. SCAMBI DI BEST PRACTICE E VISIBILITÀ INTERNAZIONALE

Per il secondo anno consecutivo, il logo della Fondazione Milan è stato presente sul retro della maglia della Prima Squadra maschile durante le competizioni UEFA, offrendo ulteriore visibilità alle iniziative sociali del Club. Inoltre, Fondazione Milan ha partecipato a numerosi **incontri con le fondazioni di altri club**, come la Fondation PSG, la Newcastle Foundation e la Slavia Praga CSR Team, **per scambiarsi best practice e idee per nuove attivazioni sociali**.

5. ATTIVAZIONE DEL PROGETTO TALENTI IN GIOCO PER CONTRASTARE LA DISPERSIONE SCOLASTICA

Durante la stagione 2023/24 è stato inaugurato anche il progetto pluriennale **"Talenti in Gioco"**, promosso da Fondazione Milan in collaborazione con Fondazione Nice to Meet You. L'iniziativa coinvolge ogni anno oltre **500 studenti delle periferie milanesi**, selezionati con il supporto del Comune di Milano e l'Assessorato all'Istruzione, attraverso **laboratori curricolari ed extracurricolari pensati per contrastare l'abbandono scolastico e promuovere inclusione e benessere**. In risposta al calo della pratica sportiva tra i giovani, **il progetto offre gratuitamente attività educative e sportive** guidate da professionisti qualificati che fungono anche da modelli positivi. La collaborazione con le istituzioni locali garantisce **un intervento mirato alle esigenze del territorio**, con un impatto concreto e duraturo sullo sviluppo degli studenti.

IL RUOLO FONDAMENTALE
dei Partner di AC Milan in ambito sociale

Il supporto dei partner di AC Milan è stato essenziale per il successo delle attività e dei progetti sociali promossi durante la stagione 2023/24. **PUMA**, in particolare, ha donato kit sportivi e materiali tecnici, tra cui scarpini da gioco per le partecipanti ai progetti di Nairobi e Kampala, kit per i bambini dello special camp di Forlì e magliette tecniche per i runner della Relay Milano Marathon.

Per il secondo anno consecutivo, **Off-White** ha invece presentato una nuova versione della speciale t-shirt "I SUPPORT SPORT FOR CHANGE", destinando una parte dei ricavi al progetto di Fondazione Milan a Nairobi, in Kenya, che ha coinvolto 1.300 ragazze.

Elisabet Spina, Head of Women Football di AC Milan, ha visitato la sede del progetto e guidato un workshop

formativo per allenatori locali, contribuendo alla promozione del calcio femminile in contesti vulnerabili.

Anche **eBay** ha dato il suo contributo, organizzando insieme a Fondazione Milan alcune aste benefiche per esperienze esclusive legate al mondo rossonero. Inoltre, la Relay Marathon 2024 ha visto il sostegno dei partner **Gatorade**, **Clivet** e **Lete**, che hanno contribuito a finanziare il programma Sport for All.

Grazie al supporto di Emirates, alcuni giovani partecipanti del programma Sport for All hanno inoltre vissuto un'esperienza indimenticabile: dopo un giro di campo durante il warm-up della squadra, sono scesi in campo con i calciatori prima della partita Milan-Salernitana del 25 maggio 2024.

IL MILAN per l'ambiente

SUSTAINABILITY REPORT
2023 | 24

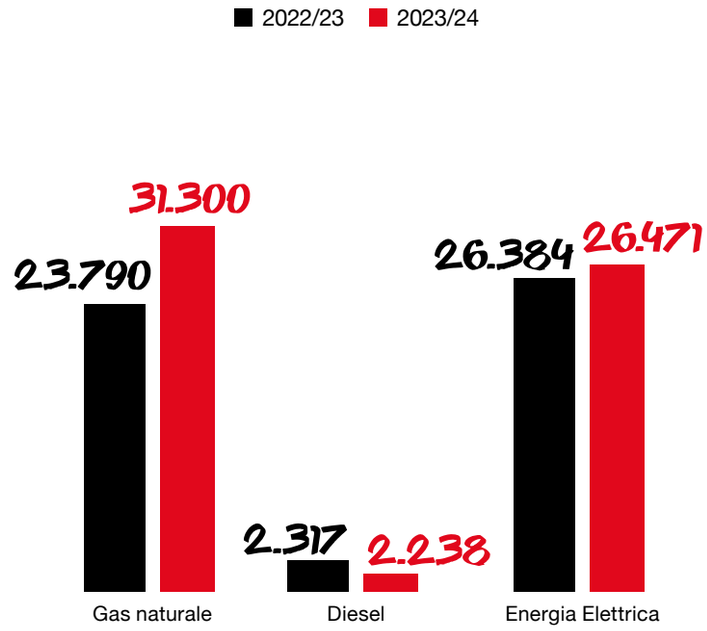
INDEX

IL GRUPPO AC MILAN, IN LINEA CON I TREND INTERNAZIONALI E IL CONTESTO IN CUI OPERA, PONE GRANDE ATTENZIONE AL MONITORAGGIO E AL CONTENIMENTO DEI PROPRI IMPATTI AMBIENTALI.

Per una maggiore completezza dell'informativa, il perimetro di rendicontazione ambientale tiene in considerazione anche i dati relativi agli eventi tenuti presso lo stadio San Siro organizzati da AC Milan.

Nel merito delle proprie operazioni, il Gruppo ha impiegato **diverse fonti energetiche per soddisfare le esigenze operative**. In particolare, sono stati utilizzati **Gas Naturale**, **diesel** ed **energia elettrica**, con un consumo totale di 60.010 GJ, in aumento circa del 14% rispetto al 2023 (52.490 GJ).

CONSUMO DI COMBUSTIBILI ALL'INTERNO DEL GRUPPO (GJ)



Relativamente all'Energia Elettrica, pari a 26.471 G, l'1,8% circa proviene da produzione interna, con valori in linea con quanto registrato durante la precedente stagione.

Di seguito si riportano i dettagli relativi ai consumi registrati, specificandone le destinazioni d'uso.

I consumi sono così suddivisi: 31.300 GJ provengono dal Gas Naturale, in aumento del 31,6% rispetto all'anno precedente (23.790 GJ), mentre 2.238 GJ dal Diesel, con valori sostanzialmente in linea con il 2023.

Di quest'ultimo, 2.125 GJ sono stati utilizzati per il riscaldamento, registrando un lieve calo rispetto all'anno precedente (2.205 GJ), e 112 GJ sono stati impiegati per i veicoli aziendali.

Infine, per quanto riguarda il consumo di energia elettrica, il totale registrato è di 26.471 GJ, in linea con i dati della precedente stagione.

AC Milan monitora le emissioni di Gas ad effetto serra (GHG) in base alle disposizioni del GHG Protocol, dividendoli nelle seguenti categorie:

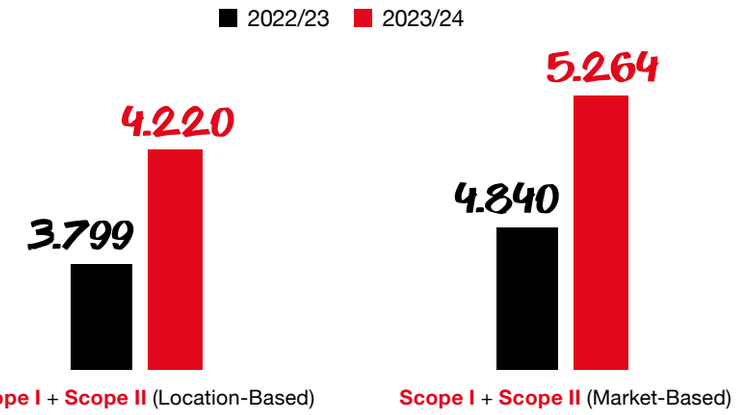
✓ **Scope I**: Emissioni dirette provenienti da fonti per la produzione di calore di proprietà dell'organizzazione, per la movimentazione interna (autovetture) e dovute a emissioni fuggitive di gas serra.

✓ **Scope II**: Emissioni indirette derivanti dall'acquisto di elettricità e/o calore consumati dall'organizzazione, calcolate secondo due possibili approcci:

- **Location-based**: prende in considerazione il fattore di conversione dell'energia relativo al Paese in cui è stata acquistata. Questo approccio considera quindi le prestazioni di un fattore di emissione medio nazionale correlato allo specifico mix energetico nazionale per la produzione di energia elettrica;

- **Market-based**: consiste nel valutare le emissioni su scala di mercato, ovvero sulla scelta di un'organizzazione di approvvigionarsi di energia da fonte rinnovabile o non. Questo approccio considera pari a zero le emissioni legate all'acquisto di energia da fonte rinnovabile, mentre si utilizza un coefficiente definito su base contrattuale con il fornitore di energia elettrica, laddove disponibile o attraverso il residual mix nazionale.

TOTALE DELLE EMISSIONI DEL GRUPPO (TCO_2EQ)



A supporto dell'efficientamento energetico del Centro Sportivo Milanello, è in funzione un impianto fotovoltaico da 25 kWh, che contribuisce a ridurre il dispendio energetico della struttura. Inoltre, grazie alla remotizzazione degli impianti di climatizzazione, è stato possibile ottenere una gestione più efficiente e consapevole dei consumi. Relativamente all'impianto di riscaldamento dei campi, che rappresenta la principale fonte emissiva del complesso, sono presenti tre centrali termiche alimentate a gas naturale.

Con riferimento alle emissioni di Gas ad effetto serra (GHG), il Gruppo Milan ha generato emissioni dirette (Scope 1) pari a 1.903 tCO_2eq, registrando un aumento di circa il 28% rispetto all'anno precedente.

Le emissioni indirette (Scope 2) ammontano a 2.316 tCO_2eq secondo il metodo Location-Based, mentre secondo il metodo Market-Based si attestano a 3.360 tCO_2eq.

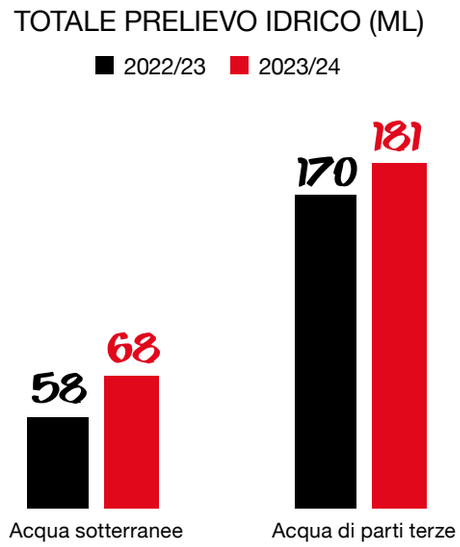
Per entrambi i metodi di calcolo, i quantitativi di tCO_2eq risultano sostanzialmente in linea con i valori registrati nella stagione precedente.

PER RIDURRE L'IMPATTO SULL'AMBIENTE CIRCOSTANTE IN TERMINI DI EMISSIONI, IL GRUPPO HA IMPLEMENTATO SOLUZIONI DI MOBILITÀ SOSTENIBILE PER I PROPRI DIPENDENTI, TRA CUI AGEVOLAZIONI E SCONTI SUI TRASPORTI PUBBLICI, AL FINE DI INCENTIVARE OPZIONI DI TRASPORTO ECOCOMPATIBILI.

Inoltre, nel primo semestre del 2024, presso la sede di Casa Milan, **sono stati realizzati interventi di efficientamento energetico**, tra cui l'installazione di **interruttori automatici** per lo spegnimento delle luci e di termostati con soglie di temperatura preimpostate, con l'obiettivo di **ottimizzare i consumi energetici e ridurre l'impatto ambientale**. Nello stesso periodo, è stato inoltre effettuato un intervento di *relamping* finalizzato a **migliorare l'efficienza energetica dell'edificio**, che ha previsto la sostituzione di parte dell'impianto di illuminazione esistente con **nuove soluzioni a basso consumo**, più moderne ed efficienti.

Il consumo di acqua da parti terze del Gruppo durante la stagione si è concentrato esclusivamente presso lo Stadio San Siro e il Centro Sportivo di Milanello per uso civile.

L'utilizzo di acqua ha raggiunto i 181 ML, ripartito per fonte di prelievo come indicato di seguito:



In questo contesto, il **Centro Sportivo Milanello** utilizza prevalentemente acqua proveniente dalle falde limitrofe, mentre il **Centro Sportivo PUMA House of Football** utilizza esclusivamente questa fonte, contribuendo a una gestione più sostenibile e responsabile del fabbisogno idrico.

Nel contesto della stagione sportiva 2023/24, AC Milan ha promosso una serie di iniziative volte a rafforzare il proprio impegno per la sostenibilità ambientale.
Attraverso azioni concrete e collaborazioni strategiche, il Club ha cercato di ridurre l'impatto ambientale delle proprie attività, promuovendo al contempo una cultura di consapevolezza e rispetto verso l'ambiente.

CATERING SOSTENIBILE

Nel corso della stagione, il Club ha lavorato per rendere sempre più sostenibile l'offerta alimentare nelle aree hospitality e nei catering degli eventi, negli spazi dedicati a tifosi premium, sponsor e ospiti speciali.

PER RIDURRE GLI SPRECHI ALIMENTARI CAUSATI DALLA VARIABILITÀ DELLA PARTECIPAZIONE, AC MILAN HA MIGLIORATO LA PIANIFICAZIONE UTILIZZANDO PREVISIONI PIÙ ACCURATE OTTENUTE DALL'ANALISI DEI DATI STORICI E DAI FEEDBACK DEI PARTECIPANTI.

La transizione verso un modello più sostenibile è stata caratterizzata dall'introduzione di **cialde di caffè biodegradabili, materiali monouso compostabili e vetro al posto della plastica monouso**.

Questi cambiamenti non solo **riducono gli sprechi**, ma rafforzano anche il messaggio di sensibilizzazione verso un pubblico vasto e diversificato.

Per la stagione 2024/25, sono previsti ulteriori **miglioramenti nella gestione delle eccedenze alimentari**, tra cui previsioni più precise per limitare lo spreco alimentare e il rafforzamento della collaborazione con enti locali per la redistribuzione degli avanzi.

Dal 2025/26, l'obiettivo è **consolidare ulteriormente le collaborazioni con fornitori ecosostenibili**, selezionando partner che rispettino elevati standard di responsabilità ambientale e implementando nuovi sistemi di monitoraggio avanzato per ridurre ulteriormente gli sprechi alimentari.

Parallelamente, si lavorerà per **rendere l'intera catena di approvvigionamento più sostenibile**, favorendo l'uso di prodotti certificati e riducendo l'impatto ambientale legato alla logistica e al trasporto.

L'obiettivo finale è quello di trasformare il settore hospitality di AC Milan in un modello di riferimento per la gestione sostenibile degli eventi sportivi, con un approccio sempre più attento all'ambiente e alla responsabilità sociale.

RECUPERO ECCEDENZE ALIMENTARI

Il recupero delle eccedenze alimentari rappresenta un aspetto significativo dell'impegno di AC Milan verso la sostenibilità. In un'epoca in cui lo spreco alimentare è una delle principali sfide globali, il Club ha scelto di affrontare concretamente questa problematica attraverso azioni mirate. Da alcune stagioni, AC Milan collabora con **4Exodus**, una realtà lombarda che sostiene la comunità locale attraverso **centri di accoglienza e comunità di recupero**.

Grazie a questa partnership, per ogni partita disputata allo stadio San Siro, **l'eccedenza di cibo non utilizzato nelle aree hospitality viene recuperata nel rispetto delle normative vigenti in materia di sicurezza alimentare e redistribuita ai beneficiari delle strutture di 4Exodus**. I pasti raccolti comprendono un'ampia varietà di alimenti, tra cui sughi, affettati, latticini e prodotti da forno lievitati. Questa diversificazione è fondamentale, poiché consente di rispettare le diverse culture e scelte alimentari degli ospiti delle comunità di accoglienza, provenienti da molteplici paesi del mondo.

L'iniziativa non solo riduce lo spreco alimentare, ma rafforza anche il valore della solidarietà, garantendo che **il cibo non consumato dai tifosi possa trasformarsi in una risorsa preziosa per chi ne ha più bisogno**.

CAMPAGNA PLANTING NEW MEMORIES

Durante il periodo natalizio, AC Milan ha lanciato, in collaborazione con **Fondazione Milan e Treedom**, la campagna **"Planting New Memories"**, con l'obiettivo di lasciare **un segno duraturo sia nella terra che nella memoria collettiva**. L'iniziativa ha promosso valori di solidarietà, inclusione e sostenibilità ambientale, rafforzando il legame tra il Club, il territorio e le comunità locali, in particolare quelle più vulnerabili. Tramite la piattaforma Treedom, è stata creata una **"foresta rossonera"**: il Club ha piantato **1.899 alberi, numero simbolico che richiama l'anno della sua fondazione**, con il potenziale di **assorbire oltre 650 tonnellate di CO_2 nei primi dieci anni**, invitando tutti i suoi tifosi a partecipare all'iniziativa a livello globale. **La foresta oggi conta oltre 3.000 alberi**, piantati da custodi locali in paesi come Haiti, Kenya, Camerun, Guatemala, Colombia, Madagascar, Ghana, Italia, Ecuador, Tanzania, Nepal, Thailandia, Repubblica Dominicana e Malawi, testimoniando l'impegno concreto del Club per l'ambiente e per le comunità internazionali.

GREEN CHALLENGE TRA DIPENDENTI

In occasione dell'Earth Day 2024, **AC Milan e SGAM S.p.A.** (i marchi Lete e Sorgesana) hanno continuato a consolidare il loro impegno verso la sostenibilità ambientale, potenziando il progetto di economia circolare avviato in collaborazione con il Consorzio Coripet nella scorsa stagione attraverso l'installazione di appositi eco compattatori nelle sedi rossonere. A partire da questa iniziativa, ha preso il via una vera e propria **"green challenge"**, un concorso che ha coinvolto **dipendenti, tesserati e collaboratori rossoneri**, chiamati a sfidarsi nel riciclare il maggior numero possibile di bottiglie in PET. Questa sfida **promuove pratiche concrete di riciclo** e di **gestione responsabile dei rifiuti**, e rappresenta anche un'occasione di sensibilizzazione per tutti i partecipanti, evidenziando **il ruolo cruciale che ognuno di noi può giocare nella tutela del nostro pianeta**. Con questo progetto, il Club e i suoi partner hanno posto l'accento sull'importanza della circolarità dei materiali, spingendo sempre più verso una trasformazione ecologica che coinvolga attivamente tutti.

RE:FIBRE CON PUMA

In collaborazione con il proprio partner tecnico **PUMA**, è proseguito il percorso intrapreso nelle stagioni precedenti con la nascita del **progetto RE:FIBRE**.

QUESTA INIZIATIVA RAPPRESENTA UN TASSELLO FONDAMENTALE NELLA STRATEGIA DEL CLUB VERSO UN APPROCCIO PIÙ SOSTENIBILE E RESPONSABILE NELLA GESTIONE DEI MATERIALI TESSILI.

RE:FIBRE è un progetto sviluppato da PUMA con **l'obiettivo di trasformare scarti tessili e materiali usati in nuovi tessuti**, contribuendo concretamente alla riduzione dei rifiuti in poliestere ed evidenziando l'impegno del brand nell'adozione di **pratiche produttive più circolari e sostenibili**.

Durante la stagione 2023/24, **tutti i tifosi rossoneri hanno avuto l'opportunità di partecipare attivamente al progetto, donando indumenti non più utilizzati negli appositi contenitori presenti presso Casa Milan, i centri sportivi e gli store ufficiali del Club, dove sono stati installati appositi contenitori per la raccolta del materiale sintetico usurato** o non più idoneo all'uso. Questo materiale viene avviato a processi di riciclo secondo un'ottica di economia circolare, finalizzati alla creazione di nuovi materiali sostenibili, riducendo così l'impatto ambientale legato allo smaltimento dei rifiuti tessili.

Gli indumenti raccolti, **qualora non idonei al riciclo, sono stati destinati alla cooperativa onlus Vesti Solidale**, realtà che da anni opera a **supporto di persone e famiglie in condizioni di disagio sociale**.

Il progetto RE:FIBRE testimonia come l'unione tra sport, moda e sostenibilità possa generare un impatto positivo sia a livello ambientale sia sociale.

Il Club continua a lavorare in sinergia con i propri partner per estendere e rafforzare iniziative di questo genere, promuovendo una cultura della sostenibilità che coinvolga non solo la comunità milanista, ma anche il pubblico più ampio e consapevole dell'importanza di un cambiamento concreto.

L'IMPEGNO di AC Milan

SUSTAINABILITY REPORT
2023 | 24

INDEX

GUARDANDO AL FUTURO, AC MILAN INTENDE RAFFORZARE E AMPLIARE ULTERIORMENTE IL PROPRIO IMPEGNO IN AMBITO ESG, INTEGRANDO IN MODO ANCORA PIÙ STRUTTURATO I PRINCIPI DI SOSTENIBILITÀ, INCLUSIONE E GOVERNANCE RESPONSABILE IN TUTTE LE AREE DEL CLUB.

A **medio termine**, l'obiettivo è **consolidare la misurazione dell'impatto ambientale**, **sociale** e di **governance** attraverso strumenti digitali avanzati e indicatori sempre più precisi, per guidare le **decisioni strategiche** con maggiore trasparenza e accountability.

Il Club punta, inoltre, a **rafforzare le attività di formazione interna su temi ESG, coinvolgendo dipendenti, atleti e stakeholder in un processo condiviso di consapevolezza e crescita**. **A lungo termine, AC Milan** ambisce a diventare **un punto di riferimento internazionale per l'innovazione sostenibile nel mondo dello sport**, promuovendo iniziative ad alto impatto sociale e ambientale, sviluppando partnership con enti pubblici e privati, e contribuendo attivamente alla definizione di standard globali.

Tra le priorità future rientrano la **decarbonizzazione delle infrastrutture, l'adozione di un modello energetico sempre più circolare, il potenziamento delle attività di engagement con le comunità locali e l'ampliamento dei programmi di inclusione sociale**, con particolare attenzione a giovani, persone vulnerabili e pari opportunità di accesso allo sport.
Con una visione orientata al lungo periodo, AC Milan vuole contribuire concretamente alla costruzione di **un ecosistema calcistico più equo, sostenibile e inclusivo per le generazioni presenti e future**.

INDEX

ANNEX

DATI RISORSE UMANE

I dati riportati di seguito sono espressi in numero di persone (headcount).

CONSISTENZA DEL PERSONALE 2022/23

Consistenza della forza lavoro per area geografica e genere al 30 giugno (GRI 2-7, GRI 2-8)

	UOMINI	DONNE	TOTALE
Dirigenti	14	5	**19**
Quadri	30	13	**43**
Impiegati	110	67	**177**
Operai	0	2	**2**
Totale	**154**	**87**	**241**

Consistenza del personale per area geografica, genere e tipologia contrattuale al 30 giugno (GRI 2-7, GRI 2-8)

	UOMINI	DONNE	TOTALE
A tempo determinato	12	7	**19**
A tempo indeterminato	142	80	**222**
Totale	**154**	**87**	**241**

Consistenza del personale part time e full time per genere al 30 giugno (GRI 2-7, GRI 2-8)

	UOMINI	DONNE	TOTALE
Full time	153	75	**228**
Part time	1	12	**13**
Totale	**154**	**87**	**241**

Consistenza del numero di lavoratori esterni per categoria professionale e genere al 30 giugno (GRI 2-7, GRI 2-8)

	UOMINI	DONNE	TOTALE
Dirigenti accompagnatori	23	0	**23**
Consulenti a P. Iva con prestazioni continuative	57	10	**67**
Stagisti	17	5	**22**
Somministrati	9	6	**15**
Tesserati federali	221	39	**260**
Totale	**327**	**60**	**387**

Consistenza del personale per inquadramento professionale e genere al 30 giugno (%) (GRI 405-1b)

	UOMINI	DONNE	TOTALE
Dirigenti	74%	26%	**100%**
Quadri	70%	30%	**100%**
Impiegati	62%	38%	**100%**
Operai	0%	100%	**100%**
Totale	**64%**	**36%**	**100%**

ANNEX

DATI RISORSE UMANE

CONSISTENZA DEL PERSONALE 2023/24

Consistenza della forza lavoro per area geografica e genere al 30 giugno (GRI 2-7, GRI 2-8)

	UOMINI	DONNE	TOTALE
Dirigenti	11	4	**15**
Quadri	34	15	**49**
Impiegati	135	79	**214**
Operai	0	0	**0**
Totale	**180**	**98**	**278**

Consistenza del personale per area geografica, genere e tipologia contrattuale al 30 giugno (GRI 2-7, GRI 2-8)

	UOMINI	DONNE	TOTALE
A tempo determinato	19	9	**25**
A tempo indeterminato	164	89	**253**
Totale	**180**	**98**	**278**

Consistenza del personale part time e full time per genere al 30 giugno (GRI 2-7, GRI 2-8)

	UOMINI	DONNE	TOTALE
Full time	176	86	**262**
Part time	4	12	**16**
Totale	**180**	**98**	**278**

Consistenza del numero di lavoratori esterni per categoria professionale e genere al 30 giugno (GRI 2-7, GRI 2-8)

	UOMINI	DONNE	TOTALE
Dirigenti accompagnatori	23	0	**23**
Consulenti a P. Iva con prestazioni continuative	57	14	**71**
Stagisti	16	6	**22**
Somministrati	10	8	**18**
Tesserati federali	232	42	**274**
Totale	**338**	**70**	**408**

Consistenza del personale per inquadramento professionale e genere al 30 giugno (%) (GRI 405-1b)

	UOMINI	DONNE	TOTALE
Dirigenti	73%	27%	**100%**
Quadri	69%	31%	**100%**
Impiegati	63%	37%	**100%**
Operai	0%	0%	**100%**
Totale	**65%**	**35%**	**100%**

ANNEX

DATI RISORSE UMANE

I dati riportati di seguito sono espressi in numero di persone (headcount).

CONSISTENZA DEL PERSONALE 2022/23

Consistenza del personale per inquadramento professionale e fasce d'età al 30 giugno (GRI 405-1b)

	<30	30-50	>50	TOTALE
Dirigenti	0	13	6	**19**
Quadri	0	30	13	**43**
Impiegati	30	107	40	**177**
Operai	0	0	2	**2**
Totale	**30**	**150**	**61**	**241**

Composizione del Consiglio di Amministrazione per fascia d'età e genere al 30 giugno (GRI 405-1a)

	<30	30-50	>50	TOTALE
Uomini	0	5	5	**10**
Donne	0	0	0	**0**
Totale	**0**	**5**	**5**	**0**

Personale in entrata per area geografica, genere e fasce d'età al 30 giugno (GRI 401-1)

	<30	30-50	>50	TOTALE	TURNOVER IN ENTRATA % GENERE
Uomini	20	6	2	**28**	**18%**
Donne	12	5	0	**17**	**19%**
Totale	**32**	**11**	**2**	**45**	**18%**
Turnover in entrata % Fascia d'età	**106%**	**7%**	**3%**	**19%**	**-**

Consistenza del personale per inquadramento professionale e fasce d'età al 30 giugno (%) (GRI 405-1b)

	<30	30-50	>50	TOTALE
Dirigenti	0%	68%	32%	**100%**
Quadri	0%	70%	30%	**100%**
Impiegati	17%	60%	23%	**100%**
Operai	0%	0%	100%	**100%**
Totale	**12%**	**62%**	**25%**	**100%**

Composizione del Collegio Sindacale per fascia d'età e genere al 30 giugno (GRI 405-1a)

	<30	30-50	>50	TOTALE
Uomini	0	0	3	**3**
Donne	0	0	0	**0**
Totale	**0**	**0**	**3**	**3**

Personale in uscita per area geografica, genere e fasce d'età al 30 giugno (GRI 401-1)

	<30	30-50	>50	TOTALE	TURNOVER IN USCITA % GENERE
Uomini	1	5	2	**8**	**5%**
Donne	3	0	1	**4**	**4%**
Totale	**4**	**5**	**3**	**12**	**5%**
Turnover in uscita % Fascia d'età	**13%**	**3%**	**5%**	**5%**	**-**

ANNEX

DATI RISORSE UMANE

I dati riportati di seguito sono espressi in numero di persone (headcount).

CONSISTENZA DEL PERSONALE 2023/24

Consistenza del personale per inquadramento professionale e fasce d'età al 30 giugno (GRI 405-1b)

	<30	30-50	>50	TOTALE
Dirigenti	0	10	5	**15**
Quadri	1	36	12	**49**
Impiegati	56	117	41	**214**
Operai	0	0	0	**0**
Totale	**57**	**163**	**58**	**278**

Composizione del Consiglio di Amministrazione per fascia d'età e genere al 30 giugno (GRI 405-1a)

	<30	30-50	>50	TOTALE
Uomini	0	5	6	**11**
Donne	0	0	0	**0**
Totale	**0**	**5**	**6**	**11**

Personale in entrata per area geografica, genere e fasce d'età al 30 giugno (GRI 401-1)

	<30	30-50	>50	TOTALE	TURNOVER IN ENTRATA % GENERE
Uomini	18	16	0	**34**	**19%**
Donne	10	6	0	**16**	**16%**
Totale	**28**	**22**	**0**	**50**	**18%**
Turnover in entrata % Fascia d'età	**49%**	**13%**	**-**	**18%**	**-**

Consistenza del personale per inquadramento professionale e fasce d'età al 30 giugno (%) (GRI 405-1b)

	<30	30-50	>50	TOTALE
Dirigenti	0%	67%	33%	**100%**
Quadri	2%	73%	25%	**100%**
Impiegati	26%	55%	19%	**100%**
Operai	0%	0%	0%	**100%**
Totale	**20%**	**59%**	**21%**	**100%**

Composizione del Collegio Sindacale per fascia d'età e genere al 30 giugno (GRI 405-1a)

	<30	30-50	>50	TOTALE
Uomini	0	0	3	**3**
Donne	0	0	0	**0**
Totale	**0**	**0**	**3**	**3**

Personale in uscita per area geografica, genere e fasce d'età al 30 giugno (GRI 401-1)

	<30	30-50	>50	TOTALE	TURNOVER IN USCITA % GENERE
Uomini	1	5	2	**8**	**4%**
Donne	0	5	0	**5**	**5%**
Totale	**1**	**10**	**2**	**13**	**5%**
Turnover in uscita % Fascia d'età	**2%**	**6%**	**4%**	**5%**	**-**

ANNEX

FORMAZIONE PROFESSIONALE 2022/23

Totale ore di formazione per categoria professionale e genere al 30 giugno (GRI 406-1)

	UOMINI		DONNE		TOTALE	
	ORE	ORE PRO CAPITE	ORE	ORE PRO CAPITE	ORE	ORE PRO CAPITE
Dirigenti	126	9	65	13	**191**	**10**
Quadri	130	4	258	20	**388**	**9**
Impiegati	568	5	258	4	**826**	**5**
Operai	0	0	0	0	**0**	**0**
Totale	**824**	**5**	**581**	**7**	**1405**	**6**

FORMAZIONE PROFESSIONALE 2023/24

Totale ore di formazione per categoria professionale e genere al 30 giugno (GRI 406-1)

	UOMINI		DONNE		TOTALE	
	ORE	ORE PRO CAPITE	ORE	ORE PRO CAPITE	ORE	ORE PRO CAPITE
Dirigenti	171	15	77	19	**248**	**10**
Quadri	173	5	235	16	**408**	**9**
Impiegati	726	5	325	4	**1051**	**5**
Operai	0	0	0	0	**0**	**0**
Totale	**1070**	**6**	**637**	**7**	**1707**	**6**

ANNEX

SALUTE E SICUREZZA 2022/23

Infortuni sul lavoro e tipologia - Dipendenti (GRI 403-9)

	TOTALE
Numero totale dei decessi dovuti a infortuni sul lavoro	**0**
Numero totale di infortuni sul lavoro gravi (escludendo i decessi)[3]	**0**
Numero totale di infortuni sul lavoro registrabili	**0**
Totale	**0**
Ore lavorate	**385.882**
Tasso di decessi dovuti a infortuni sul lavoro[4]	**0%**
Tasso di infortuni gravi sul lavoro (escludendo i decessi)[5]	**0%**
Tasso di infortuni sul lavoro registrabili[6]	**0%**

SALUTE E SICUREZZA 2023/24

Infortuni sul lavoro e tipologia - Dipendenti (GRI 403-9)

	TOTALE
Numero totale dei decessi dovuti a infortuni sul lavoro	**0**
Numero totale di infortuni sul lavoro gravi (escludendo i decessi)[3]	**0**
Numero totale di infortuni sul lavoro registrabili	**0**
Totale	**0**
Ore lavorate	**489.042**
Tasso di decessi dovuti a infortuni sul lavoro[4]	**0%**
Tasso di infortuni gravi sul lavoro (escludendo i decessi)[5]	**0%**
Tasso di infortuni sul lavoro registrabili[6]	**0%**

3. Con infortunio sul lavoro grave si fa riferimento a un infortunio sul lavoro che porta a un decesso o a un danno tale per cui il lavoratore non può riprendersi, non si riprende o non è realistico prevedere che si riprenda completamente tornando allo stato di salute antecedente l'incidente entro 6 mesi.
4. Il tasso di decessi dovuti a infortuni sul lavoro è calcolato come il rapporto tra i decessi avvenuti nell'anno di riferimento e le ore lavorate, moltiplicato per 200.000.
5. Il tasso di infortuni gravi è calcolato come il rapporto tra gli infortuni gravi avvenuti nell'anno di riferimento e le ore lavorate, moltiplicato per 200.000.
6. Il tasso di infortuni sul lavoro registrabili è calcolato come il rapporto tra gli infortuni sul lavoro registrati avvenuti nell'anno di riferimento e le ore lavorate, moltiplicato per 200.000.

ANNEX

DATI AMBIENTALI 2022/23

Consumi energetici totali per fonte (GJ)[7] (GRI 302-1)

	2022/23
Consumo totale di energia (GJ)	**52.490**
di cui da fonti rinnovabili (GJ)	0
di cui da fonti non rinnovabili (GJ)	52.490

Consumi energetici per tipologia (GRI 302-1)

	UDM	2022/23
Elettricità autoprodotta	kWh	**116.544**
Di cui, da fonti rinnovabili	kWh	**0**
Elettricità acquistata	kWh	**7.212.374**
Di cui, da fonti rinnovabili	kWh	**0**
Gas naturale	m^3	**653.272**
Gasolio per flotta auto	l	**3.142**
Gasolio per riscaldamento o processi produttivi	l	**61.955**

Emissioni totali dirette e indirette (tCO2eq) (GRI 305-1)

	2022/23
Emissioni dirette Scope 1[8] (tCO_2eq)	**1.490**
Emissioni indirette Scope 2 Location based[9] (tCO_2eq)	**2.309**
Emissioni indirette Scope 2 Market based[10] (tCO_2eq)	**3.349**

Consumi energetici per tipologia (GJ) (GRI 302-1)

	UDM	2022/23
Elettricità autoprodotta	GJ	**420**
Di cui, da fonti rinnovabili	GJ	**0**
Elettricità acquistata	GJ	**25.965**
Di cui, da fonti rinnovabili	GJ	**0**
Gas naturale	GJ	**23.790**
Gasolio per flotta auto	GJ	**112**
Gasolio per riscaldamento o processi produttivi	GJ	**2.205**
Consumo totale di energia	GJ	**52.490**

Rifiuti per composizione (t) (GRI 306-3)

RIFIUTI PRODOTTI (T)	PERICOLOSI	NON PERICOLOSI	TOTALE
Rifiuti totali[11]	**0,2**	**752**	**752**

7. Per il calcolo dei consumi energetici in GJ, sono stati utilizzati i fattori di conversione del DEFRA, aggiornati all'anno di riferimento.

8. Per il calcolo delle emissioni di ogni fonte, sono stati utilizzati i rispettivi fattori di emissione pubblicati dal DEFRA relativi all'anno di riferimento. Le emissioni di CO2 equivalente comprendono i seguenti gas ad effetto serra: CO2 (biossido di carbonio); CH4 (metano); N2O (protossido d'azoto).

9. Le emissioni di CO2 derivanti dall'utilizzo di energia elettrica - calcolate secondo la metodologia location based – sono state ricavate da "Terna Confronti internazionali", 2019.

10. Le emissioni di CO2 derivanti dall'utilizzo di energia elettrica - calcolate secondo la metodologia market based – sono state ricavate, a partire da «European Residual Mixes», (AIB), relativo all'anno di riferimento. In particolare, è stato selezionato il «Residual Mix» dello stato in cui lo stabilimento è situato, che rappresenta il mix delle quote di generazione di elettricità rimanenti, dopo che è stato tenuto conto dell'uso di sistemi specifici di tracciamento delle fonti energetiche utilizzate, come ad esempio i certificati di Garanzia di Origine.

11. I rifiuti prodotti sono stati calcolati, per il centro sportivo di Puma House of Football, attraverso una stima.

ANNEX

DATI AMBIENTALI 2023/24

Consumi energetici totali per fonte (GJ)[7] (GRI 302-1)

	2023/24
Consumo totale di energia (GJ)	**60.010**
di cui da fonti rinnovabili (GJ)	0
di cui da fonti non rinnovabili (GJ)	60.010

Consumi energetici per tipologia (GRI 302-1)

	UDM	2023/24
Elettricità autoprodotta	kWh	**87.050**
Di cui, da fonti rinnovabili	kWh	**0**
Elettricità acquistata	kWh	**7.266.059**
Di cui, da fonti rinnovabili	kWh	**0**
Gas naturale	m^3	**859.517**
Gasolio per flotta auto	l	**3.171**
Gasolio per riscaldamento o processi produttivi	l	**59.265**

Emissioni totali dirette e indirette (tCO2eq) (GRI 305-1)

	2023/24
Emissioni dirette Scope 1[8] (tCO_2eq)	**1.903**
Emissioni indirette Scope 2 Location based[9] (tCO_2eq)	**2.316**
Emissioni indirette Scope 2 Market based[10] (tCO_2eq)	**3.360**

Consumi energetici per tipologia (GJ) (GRI 302-1)

	UDM	2023/24
Elettricità autoprodotta	GJ	**314**
Di cui, da fonti rinnovabili	GJ	**0**
Elettricità acquistata	GJ	**26.158**
Di cui, da fonti rinnovabili	GJ	**0**
Gas naturale	GJ	**31.300**
Gasolio per flotta auto	GJ	**113**
Gasolio per riscaldamento o processi produttivi	GJ	**2.125**
Consumo totale di energia	GJ	**60.010**

Rifiuti per composizione (t) (GRI 306-3)

RIFIUTI PRODOTTI (T)	PERICOLOSI	NON PERICOLOSI	TOTALE
Rifiuti totali[11]	**0,5**	**751**	**751**

7. Per il calcolo dei consumi energetici in GJ, sono stati utilizzati i fattori di conversione del DEFRA, aggiornati all'anno di riferimento.

8. Per il calcolo delle emissioni di ogni fonte, sono stati utilizzati i rispettivi fattori di emissione pubblicati dal DEFRA relativi all'anno di riferimento. Le emissioni di CO2 equivalente comprendono i seguenti gas ad effetto serra: CO2 (biossido di carbonio); CH4 (metano); N2O (protossido d'azoto).

9. Le emissioni di CO2 derivanti dall'utilizzo di energia elettrica - calcolate secondo la metodologia location based – sono state ricavate da "Terna Confronti internazionali", 2019.

10. Le emissioni di CO2 derivanti dall'utilizzo di energia elettrica - calcolate secondo la metodologia market based – sono state ricavate, a partire da «European Residual Mixes», (AIB), relativo all'anno di riferimento. In particolare, è stato selezionato il «Residual Mix» dello stato in cui lo stabilimento è situato, che rappresenta il mix delle quote di generazione di elettricità rimanenti, dopo che è stato tenuto conto dell'uso di sistemi specifici di tracciamento delle fonti energetiche utilizzate, come ad esempio i certificati di Garanzia di Origine.

11. I rifiuti prodotti sono stati calcolati, per il centro sportivo di Puma House of Football, attraverso una stima.

ANNEX

DATI AMBIENTALI 2022/23

Prelievo idrico per fonte (ML) (GRI 303-3)

FONTE DI PRELIEVO	TUTTE LE AREE	DI CUI A STRESS IDRICO[12]
Acque superficiali (totale)	**0**	**0**
Acque sotterranee (totale)	**58**	**0**
Acqua dolce (≤ 1000 mg/L solidi disciolti totali)	58	0
Altra acqua (> 1000 mg/L solidi disciolti totali)	0	0
Acqua marina (totale)	0	0
Acque di processo (totale)	0	0
Acqua di parti terze (totale)	**170**	**0**
Acqua dolce (≤ 1000 mg/L solidi disciolti totali)	170	0
Altra acqua (> 1000 mg/L solidi disciolti totali)	0	0
Totale prelievo d'acqua	**228**	**0**
Acqua dolce (≤ 1000 mg/L solidi disciolti totali)	**228**	**0**
Altre tipologie di acqua (> 1000 mg/L solidi disciolti totali)	**0**	**0**

DATI AMBIENTALI 2023/24

Prelievo idrico per fonte (ML) (GRI 303-3)

FONTE DI PRELIEVO	TUTTE LE AREE	DI CUI A STRESS IDRICO[12]
Acque superficiali (totale)	**0**	**0**
Acque sotterranee (totale)	**68**	**35**
Acqua dolce (≤ 1000 mg/L solidi disciolti totali)	68	35
Altra acqua (> 1000 mg/L solidi disciolti totali)	0	0
Acqua marina (totale)	0	0
Acque di processo (totale)	0	0
Acqua di parti terze (totale)	**181**	**0**
Acqua dolce (≤ 1000 mg/L solidi disciolti totali)	181	0
Altra acqua (> 1000 mg/L solidi disciolti totali)	0	0
Totale prelievo d'acqua	**249**	**35**
Acqua dolce (≤ 1000 mg/L solidi disciolti totali)	**249**	**35**
Altre tipologie di acqua (> 1000 mg/L solidi disciolti totali)	**0**	**0**

12. Per l'individuazione delle aree a stress idrico è stato usato il tool Aqueduct.

GRI CONTENT INDEX

INDICE DEI CONTENUTI GRI • **Dichiarazione d'uso** • Il Gruppo Milan ha riportato le informazioni citate nel presente indice dei contenuti GRI per il periodo dal 1° luglio 2023 – 30 giugno 2024, "in accordance to" ai GRI Standards.

GRI 1 Utilizzato	GRI 1: PRINCIPI FONDAMENTALI 2021	
GRI Standards	Informazioni	Numero di pagina e note
GRI 2: INFORMATIVA GENERALE (2021)		
L'organizzazione e la sua prassi di rendicontazione		
2-1	Dettagli organizzativi	4
2-2	Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	4
2-3	Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	4
2-4	Revisione delle informazioni	4
2-5	Assurance esterna	4
Attività e lavoratori		
2-6	Attività, catena del valore e altri rapporti di business	6
2-7	Dipendenti	32
2-8	Lavoratori non dipendenti	35
Governance		
2-9	Struttura e composizione della governance	16
2-10	Nomina e selezione del massimo organo di governo	16
2-11	Presidente del massimo organo di governo	16
2-12	Ruolo del massimo organo di governo	16
2-15	Conflitti d'interesse	18-19
2-16	Comunicazione delle criticità	19
2-19	Norme riguardanti le remunerazioni	17
2-20	Procedura di determinazione della retribuzione	17
Strategia, politiche e pratiche		
2-22	Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	9
2-23	Impegno in termini di policy	18-20
2-24	Integrazione degli impegni in termini di policy	18-20
2-25	Processi volti a rimediare impatti negativi	11
2-26	Meccanismi per richiedere chiarimenti sollevare preoccupazioni	19
2-27	Conformità a leggi e regolamenti	18-20
2-28	Appartenenza ad associazioni	41-43
Coinvolgimento degli Stakeholder		
2-29	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	13-14
2-30	Contratti collettivi	35
GRI 3: TEMI MATERIALI (2021)		
Informativa sui temi materiali		
3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	11
3-2	Elenco dei temi materiali	12
Performance economiche		
GRI 3: Temi materiali (2021)		
3-3	Gestione dei temi materiali	28
GRI 201-1	Valore economico generato e distribuito	28
Gestione dei consumi energetici e delle emissioni		
GRI 3: Temi materiali (2021)		
3-3	Gestione dei temi materiali	56
GRI 302: Energia (2016)		
302-1	Energia consumata all'interno dell'organizzazione	56
GRI 305: Emissioni (2016)		
305-1	Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	57-58
305-2	Emissioni indirette di GHG dei consumi energetici (Scope 2)	57-58
Gestione della risorsa idrica		
GRI 3: Temi materiali (2021)		
3-3	Gestione dei temi materiali	59
GRI 303: Acqua ed affluenti (2018)		
303-3	Prelievo idrico	59

INDEX

GRI CONTENT INDEX

INDICE DEI CONTENUTI GRI • **Dichiarazione d'uso** • Il Gruppo Milan ha riportato le informazioni citate nel presente indice dei contenuti GRI per il periodo dal 1° luglio 2023 – 30 giugno 2024, "in accordance to" ai GRI Standards.

Economia circolare		
GRI 3: Temi materiali (2021)		
3-3	Gestione dei temi materiali	57
GRI 306: Scarichi idrici e rifiuti (2016)		
306-3	Rifiuti generati	58
Etica di business		
GRI 3: Temi materiali (2021)		
3-3	Gestione dei temi materiali	20
GRI 205: Anticorruzione (2016)		
205-3	Incidenti confermati di corruzione e misure adottate	20
Acquisizione e sviluppo dei talenti		
GRI 3: Temi materiali (2021)		
3-3	Gestione dei temi materiali	39
GRI 404: Formazione e istruzione (2016)		
404-1	Numero medio di ore di formazione all'anno per dipendente	39
GRI 401: Occupazione (2016)		
401-1	Assunzioni di nuovi dipendenti e avvicendamento dei dipendenti	34
Benessere, equità e inclusività		
GRI 3: Temi materiali (2021)		
3-3	Gestione dei temi materiali	36
GRI 406: Non discriminazione (2016)		
406-1	Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	36
GRI 405: Diversità e pari opportunità		
405-1/a:	Diversità negli organi di governance e tra i dipendenti	16
405-1/b:	Diversità negli organi di governance e tra i dipendenti	32

Salute e sicurezza dei dipendenti		
GRI 3: Temi materiali (2021)		
3-3	Gestione dei temi materiali	39
GRI 403: Salute e sicurezza sul luogo di lavoro (2018)		
403-9	Infortuni sul lavoro	39
403-10	Malattie professionali	39
Protezione dei dati e cybersecurity		
GRI 3: Temi materiali (2021)		
3-3	Gestione dei temi materiali	18-20
GRI 418: Privacy dei clienti (2016)		
418-1	Fondati reclami riguardanti violazioni della privacy dei clienti e perdita di loro dati	20
Gestione delle relazioni con gli stakeholder		
GRI 3: Temi materiali (2021)		
3-3	Gestione dei temi materiali	13-14
Supporto e sviluppo delle Comunità		
GRI 3: Temi materiali (2021)		
3-3	Gestione dei temi materiali	39-54
Catena di fornitura sostenibile		
GRI 3: Prassi di approvvigionamento (2016)		
3-3	Percentuale di spesa verso fornitori locali	16-20
GRI 3: Valutazione ambientale dei fornitori (2016)		
3-3	Nuovi fornitori che sono stati selezionati utilizzando criteri ambientali	16-20

CREDITI

Contatti:
Casa Milan
Via Aldo Rossi, 8 • 20149 Milano

acmilan.com

Responsabile di progetto
Halajie Barjie

Sviluppo, redazione e coordinamento di progetto
Rocco Giorgianni
Lisa Corneo
Giulia Pedrazzani

Progetto grafico
Think Srl · thinktheagency.com