



ASSOCIAZIONE MONTENAPOLLEONE DISTRICT

Codice Etico

Rev. 01 - [24] settembre 2026



Indice

1.	Premessa.....	2
2.	Disposizioni Generali	3
2.1	Finalità del Codice Etico e soggetti destinatari	3
2.2	Diffusione del Codice Etico	3
2.3	Obblighi dei Destinatari	4
3.	Principi Fondamentali.....	4
3.1	Legalità e rispetto delle norme	4
3.2	Integrità, correttezza e trasparenza	4
3.3	Equità e imparzialità.....	4
3.4	Sostenibilità e responsabilità sociale	4
3.5	Diritti umani, diversità e inclusione.....	5
3.6	Tutela dell'immagine e della reputazione	5
3.7	Riservatezza	5
4.	Norme di Comportamento.....	5
4.1	Componenti degli organi associativi	5
4.2	Rapporti con il Personale	6
4.3	Rapporti con la Pubblica Amministrazione e/o con le Pubbliche Istituzioni	6
4.4	Rapporti con fornitori e partner commerciali.....	7
4.5	Rapporti con i media e comunicazione esterna	7
4.6	Erogazioni liberali attive e passive	8
4.7	Regali, omaggi e benefici	9
5.	Violazione del Codice Etico	10



1. Premessa

L'associazione Montenapoleone District (di seguito, l'“**Associazione**” o “**Montenapoleone District**”) è un'associazione non riconosciuta, senza scopo di lucro, che riunisce le più prestigiose maison della moda, del lusso, dell'ospitalità e del design operanti nel quadrilatero della moda milanese, i proprietari degli immobili siti nel medesimo quadrilatero nonché le persone fisiche ivi residenti. L'Associazione ha per scopo la promozione e la qualificazione del commercio e dei servizi di Via Montenapoleone e delle vie limitrofe, la realizzazione di iniziative promozionali di utilità comune, lo sviluppo dell'immagine del distretto, il miglioramento dell'assetto urbano e la creazione di servizi comuni a beneficio degli associati del distretto e della loro clientela.

L'attività dell'Associazione si articola, tra l'altro, nell'organizzazione e gestione di eventi, nella sponsorizzazione verso terzi, nella promozione del distretto quale polo di eccellenza internazionale della moda e del lusso nonché nell'interlocuzione con le istituzioni pubbliche e private per la tutela, il decoro e la valorizzazione del territorio.

Montenapoleone District rappresenta un patrimonio collettivo di eccellenza e prestigio riconosciuto a livello globale. Le *maison* associate e i proprietari immobiliari del quadrilatero, pur distinti nella loro natura e nei rispettivi ruoli, condividono la responsabilità di custodire e valorizzare l'identità e la reputazione del distretto, contribuendo ciascuno con la propria condotta al mantenimento degli standard di qualità, decoro e integrità che ne costituiscono il fondamento.

L'Associazione si pone come obiettivo irrinunciabile quello di coniugare la promozione dell'eccellenza del distretto con i più elevati standard etici e di rispetto della legge in ogni ambito della propria attività. I principi ispiratori di tale impegno sono raccolti nel presente codice etico (di seguito anche il “**Codice Etico**” o il “**Codice**”), adottato ai sensi dell'art. 36 del Codice Civile e dell'art. 12 dello Statuto dell'Associazione, concepito come strumento di riferimento per tutti coloro che agiscono in nome o per conto dell'Associazione, affinché i principi etici cui la stessa si ispira divengano parte integrante dell'operatività associativa e delle relazioni con gli associati, i fornitori, i partner e gli interlocutori istituzionali.

Il Codice Etico definisce i principi etici che l'Associazione considera fondamentali nello svolgimento della propria attività, nonché le norme comportamentali che tutti coloro che agiscono in nome o per conto della stessa sono tenuti a rispettare. Il Codice costituisce altresì presidio della reputazione collettiva del distretto, che rappresenta il principale patrimonio comune degli associati.

L'Associazione vigila sull'effettiva osservanza del Codice Etico e predispone adeguati strumenti di informazione, formazione e controllo, garantendo la trasparenza delle condotte poste in essere e censurando, ove necessario, i comportamenti difforni dai principi ivi contenuti.

I Destinatari sono chiamati a cooperare attivamente con l'Associazione nella promozione di una cultura etica condivisa, coerente con i valori di eccellenza e integrità che contraddistinguono il distretto.



2. Disposizioni Generali

2.1 Finalità del Codice Etico e soggetti destinatari

Il Codice Etico definisce i principi etici e le norme di comportamento cui l'Associazione si ispira nello svolgimento della propria attività, a tutela degli interessi dei vari stakeholder del distretto e della comunità locale con cui l'Associazione interagisce.

I soggetti destinatari del Codice Etico sono:

- (a) i componenti degli organi associativi (ivi inclusi il Presidente, i membri del Consiglio Direttivo e gli eventuali ulteriori organi previsti dallo Statuto);
- (b) i dipendenti e i collaboratori dell'Associazione e di sue società partecipate (il **"Personale"**);
- (c) coloro i quali, pur esterni all'Associazione, operano direttamente o indirettamente (stabilmente o temporaneamente), per conto della stessa (quali, a titolo esemplificativo ma non esaustivo, collaboratori a qualsiasi titolo, consulenti, fornitori, partner commerciali ecc.) (di seguito, collettivamente, i **"Terzi Destinatari"**)

(tutti i soggetti sopra menzionati, di seguito, collettivamente, i **"Destinatari"**).

I Destinatari sono tenuti ad osservare e, per quanto di propria competenza, a far osservare le disposizioni del Codice Etico ed i principi ivi contenuti.

I Destinatari in nessun caso potranno adottare comportamenti contrastanti con le disposizioni del Codice Etico giustificando gli stessi con il preteso perseguimento dell'interesse dell'Associazione.

L'osservanza delle disposizioni del Codice Etico costituisce parte integrante delle obbligazioni contrattuali del Personale, anche ai sensi e per gli effetti delle disposizioni di cui all'art. 2104 e seguenti c.c.

L'osservanza delle disposizioni del Codice Etico costituisce parte integrante anche delle obbligazioni contrattuali dei Terzi Destinatari. I contratti dell'Associazione con i Terzi Destinatari dovranno prevedere l'obbligo da parte degli stessi di prendere visione e l'impegno di rispettare le norme del presente Codice Etico. In assenza l'Associazione potrà non concludere o non proseguire alcun rapporto con i Terzi Destinatari. A tal fine, è previsto l'inserimento, nelle lettere di incarico e/o negli accordi negoziali con i Terzi Destinatari di apposite clausole volte a confermare l'impegno di questi ultimi a conformarsi al Codice Etico, nonché a prevedere, in caso di violazione, una diffida al puntuale rispetto del Codice Etico, e/o l'eventuale applicazione di ulteriori rimedi.

2.2 Diffusione del Codice Etico

L'Associazione si impegna ad assicurare la massima diffusione del Codice Etico all'interno e all'esterno della stessa, mediante la sua distribuzione ai Destinatari, nonché mediante la sua pubblicazione sul



sito internet dell'Associazione.

2.3 Obblighi dei Destinatari

Ai Destinatari è richiesta la conoscenza delle disposizioni contenute nel Codice Etico o dallo stesso richiamate, nonché delle leggi e dei regolamenti applicabili.

I Destinatari hanno inoltre il dovere di astenersi da comportamenti, anche omissivi, contrari alle disposizioni del Codice Etico e delle leggi e regolamenti applicabili e potranno rivolgersi agli organi dell'Associazione per i necessari chiarimenti sulle modalità applicative del Codice Etico e delle leggi e regolamenti applicabili.

3. Principi Fondamentali

I Destinatari esercitano la propria attività con lealtà, correttezza, probità, decoro, diligenza, competenza e riservatezza, nel rispetto delle leggi e in coerenza con i valori di eccellenza, qualità e responsabilità che connotano il distretto a livello internazionale.

3.1 Legalità e rispetto delle norme

I Destinatari svolgono la propria attività con onestà, nel rispetto delle leggi – ivi incluse quelle in materia fiscale, urbanistica, di proprietà intellettuale e di disciplina del commercio – nonché dei regolamenti applicabili e delle disposizioni interne dell'Associazione.

3.2 Integrità, correttezza e trasparenza

I Destinatari svolgono le proprie attività in conformità ai principi di correttezza, trasparenza, chiarezza e veridicità, con onestà e integrità. I Destinatari appartenenti all'Associazione svolgono altresì le proprie attività istituzionali e promozionali evitando qualsiasi comportamento che possa ledere la reputazione dell'Associazione e del distretto.

3.3 Equità e imparzialità

I Destinatari improntano il proprio agire in maniera equa e imparziale, adottando lo stesso comportamento verso tutti coloro con cui entrano in contatto, pur tenendo conto delle differenti forme di relazione richieste, di volta in volta, dalla natura e dal ruolo degli interlocutori.

3.4 Sostenibilità e responsabilità sociale

Il MontenaPolione District, in quanto presidio di eccellenza radicato nel tessuto urbano milanese, è consapevole dell'impatto che la propria attività esercita sulla comunità locale, sui residenti e sullo spazio pubblico del quadrilatero.

I Destinatari promuovono una cultura della sostenibilità ambientale, sociale e di *governance*, adottando pratiche responsabili nell'esercizio delle rispettive attività.



L'Associazione si impegna a contribuire attivamente al benessere della comunità locale e alla valorizzazione del territorio, promuovendo iniziative volte alla tutela dell'ambiente e del decoro urbano, all'inclusione sociale e allo sviluppo sostenibile del distretto. Nell'organizzazione e nella gestione degli eventi istituzionali, l'Associazione adotta criteri di sostenibilità ambientale relativi a logistica, allestimenti, gestione dei rifiuti e limitazione dell'impatto sul quartiere e sui residenti. L'Associazione tiene altresì conto dei criteri ESG nell'ambito dei processi di selezione dei propri fornitori e *partner* commerciali.

3.5 Diritti umani, diversità e inclusione

I Destinatari riconoscono e promuovono il rispetto dei diritti umani fondamentali, della dignità della persona, delle pari opportunità e della valorizzazione delle diversità, rifiutando ogni forma di discriminazione fondata, a titolo esemplificativo, su sesso, genere, età, origine etnica o nazionale, lingua, religione, opinioni politiche, orientamento affettivo, disabilità, condizioni personali o sociali.

3.6 Tutela dell'immagine e della reputazione

L'Associazione promuove uno stile relazionale improntato a qualità, decoro, professionalità e rispetto, a tutela dell'immagine e della reputazione dell'Associazione e del distretto della moda e del lusso milanese. Il Montenapoleone District rappresenta un patrimonio collettivo di eccellenza e prestigio, riconosciuto a livello globale: ogni condotta che possa comprometterne l'immagine è da ritenersi contraria ai principi del presente Codice nonché, per i Destinatari interni all'Associazione, grave violazione degli obblighi associativi.

3.7 Riservatezza

L'Associazione garantisce la massima riservatezza dei dati e delle informazioni nel proprio operato e richiede che i Destinatari mantengano la necessaria riservatezza in merito alle informazioni acquisite nell'ambito della propria attività in relazione all'Associazione, agli associati e al distretto.

I Destinatari che appartengono all'Associazione sono tenuti a mantenere la massima riservatezza – e, in ogni caso, a non trarne beneficio, direttamente o indirettamente – relativamente ai fatti e alle circostanze di cui siano venuti a conoscenza nel corso della propria attività. Essi si obbligano a non divulgare alcuna informazione, che non sia di pubblico dominio, relativa all'Associazione, alla sua organizzazione, alle sue strategie e ai suoi *stakeholder*.

4. Norme di Comportamento

4.1 Componenti degli organi associativi

I componenti degli organi associativi sono tenuti a operare con diligenza, lealtà e nel rispetto dello Statuto, del presente Codice Etico e delle deliberazioni assembleari. Nell'esercizio delle proprie funzioni, essi devono tenere in adeguata considerazione le esigenze e gli interessi di tutte le categorie di associati dell'Associazione – siano essi *maison* della moda e del lusso ovvero proprietari immobiliari – nell'ottica del perseguimento dell'interesse comune del distretto. Inoltre, essi devono:



- (a) agire nell'esclusivo interesse dell'Associazione e dei suoi fini istituzionali, astenendosi dal perseguire interessi personali, di terzi o di singole categorie di associati in conflitto con quelli dell'Associazione nel suo complesso;
- (b) garantire la massima trasparenza e completezza dell'informazione nei confronti degli altri organi associativi e dei soci, assicurando la corretta e tempestiva rendicontazione delle attività svolte e delle risorse impiegate;
- (c) mantenere la riservatezza sulle informazioni acquisite nell'esercizio delle proprie funzioni, utilizzandole esclusivamente per le finalità istituzionali dell'Associazione;
- (d) promuovere la diffusione e l'osservanza del presente Codice Etico, dando il buon esempio attraverso la propria condotta.

4.2 Rapporti con il Personale

L'Associazione riconosce il valore delle persone che operano al suo interno e all'intero di eventuali società partecipate e si impegna a garantire un ambiente di lavoro sicuro, rispettoso e inclusivo, nel pieno rispetto della normativa vigente. Nella gestione del Personale si ispira ai principi di merito, correttezza e tutela della persona e garantisce la salute, la sicurezza e l'integrità fisica e psichica del Personale nonché condizioni di lavoro rispettose della dignità individuale ed ambienti di lavoro sicuri e salubri, nel rispetto della normativa applicabile. Il Personale è impiegato con regolare contratto e non è tollerata alcuna forma di lavoro o collaborazione irregolare.

4.3 Rapporti con la Pubblica Amministrazione e/o con le Pubbliche Istituzioni

Le relazioni con la Pubblica Amministrazione – con particolare riguardo al Comune di Milano, alla Città Metropolitana, alla Soprintendenza e agli altri enti preposti alla tutela e alla gestione del territorio, nonché, in generale, con qualsiasi ente pubblico, anche economico, con enti e/o società pubbliche locali, nazionali o internazionali, con i concessionari di servizi pubblici e con i pubblici ufficiali o incaricati di pubblico servizio – devono ispirarsi alla più rigorosa osservanza delle norme di legge applicabili, nonché ai principi di trasparenza, onestà e correttezza etica. L'Associazione opera nei confronti delle istituzioni pubbliche esclusivamente nelle forme lecite del confronto istituzionale, della rappresentanza degli interessi del distretto e della collaborazione per la valorizzazione del territorio.

Nelle relazioni con funzionari della Pubblica Amministrazione e/o delle Pubbliche Istituzioni, è vietato ai Destinatari:

- (a) influenzare illegittimamente le decisioni da adottarsi nell'interesse della Pubblica Amministrazione e/o delle Pubbliche Istituzioni;
- (b) corrispondere, offrire o ricevere, sia direttamente che indirettamente, somme di denaro o altre utilità di qualsiasi genere;



- (c) intrattenere, in rappresentanza o per conto dell'Associazione ma senza le necessarie autorizzazioni, rapporti con funzionari per ragioni estranee a quelle professionali e non riconducibili alle competenze e alle funzioni assegnate;
- (d) produrre documenti e/o dati falsi o alterati od omettere informazioni dovute, anche al fine di ottenere contributi/sovvenzioni/finanziamenti o altre erogazioni da parte dello Stato o di enti pubblici o della Unione Europea;
- (e) destinare contributi/sovvenzioni/finanziamenti pubblici a finalità diverse da quelle per le quali sono stati ottenuti;
- (f) sollecitare o ottenere illegittimamente informazioni riservate.

L'Associazione non può trarre vantaggi derivanti dai sopra citati rapporti, se non tramite la lecita costituzione di rapporti contrattuali, tramite provvedimenti ottenuti lecitamente, ovvero tramite erogazioni di provvidenze di qualsiasi natura conseguite debitamente e destinate alle finalità per cui sono concesse.

4.4 Rapporti con fornitori e partner commerciali

L'Associazione impronta i rapporti con i fornitori, i partner commerciali e gli sponsor degli eventi del distretto conformandosi a principi di trasparenza, parità di trattamento, lealtà e correttezza nelle trattative.

Nelle sue politiche di approvvigionamento, l'Associazione seleziona i fornitori sulla base di valutazioni obiettive aventi ad oggetto la qualità, il prezzo, la conformità alle normative applicabili e agli standard etici cui l'Associazione si ispira, nonché la coerenza del profilo reputazionale del fornitore con i valori di eccellenza e integrità del distretto.

L'Associazione valuta i propri fornitori, partner commerciali, sponsor e consulenti sulla base di criteri reputazionali, di integrità, sostenibilità e rispetto delle normative applicabili. In considerazione della visibilità internazionale del distretto, l'Associazione attribuisce particolare rilievo alla coerenza del profilo del partner o dello sponsor con i valori di qualità, autenticità ed eccellenza che caratterizzano il Montenapoleone District, riservandosi di non instaurare o interrompere rapporti con soggetti coinvolti in attività illecite o incompatibili con tali valori.

4.5 Rapporti con i media e comunicazione esterna

La trasparenza della condotta dell'Associazione deve connotare qualsiasi rapporto con gli organi di informazione. La comunicazione con l'esterno attraverso la stampa, i *mass media* e i canali digitali è coordinata e veicolata attraverso le competenti strutture dell'Associazione e i soggetti a ciò espressamente incaricati.

L'informazione verso l'esterno deve essere sempre veritiera, accurata e trasparente. L'Associazione comunica con i mezzi di informazione senza discriminazioni. I rapporti con i mezzi di comunicazione sono riservati esclusivamente alle funzioni e ai soggetti a ciò incaricati dal Presidente o dal Consiglio



Direttivo.

4.6 Erogazioni liberali attive e passive

Con riferimento alle erogazioni liberali attive, l'Associazione può aderire a richieste di contributi liberali (es. donazioni) limitatamente a proposte provenienti da enti, associazioni e organizzazioni non profit, ovvero di riconosciuto valore culturale, benefico, scientifico, artistico o connesse alla promozione dell'eccellenza italiana e del distretto della moda e del lusso milanese, e che operino in coerenza con i valori e i principi del presente Codice Etico.

L'Associazione sponsorizza e organizza eventi esclusivamente per finalità coerenti con i propri scopi istituzionali, la promozione dell'immagine del distretto e la valorizzazione del territorio. Le sponsorizzazioni sono remunerate sotto forma di denaro o altre forme di sostegno trasparenti, predeterminate ed economicamente quantificabili. La valutazione delle proposte avviene sulla base di criteri oggettivi, tenendo conto della coerenza con i valori e gli scopi istituzionali dell'Associazione, dello standing e della reputazione del soggetto richiedente e dell'assenza di situazioni di conflitto di interessi.

Con riferimento alle erogazioni liberali passive, l'Associazione può accettare donazioni, contributi volontari e altre liberalità da parte di persone fisiche, enti, fondazioni o imprese, purché nel rispetto delle seguenti condizioni:

- (a) l'erogazione sia compatibile con le finalità istituzionali dell'Associazione e con i valori e i principi del presente Codice Etico;
- (b) la provenienza dei fondi o dei beni oggetto dell'erogazione sia lecita e verificabile;
- (c) l'erogazione non sia subordinata a condizioni, vincoli o controprestazioni incompatibili con l'autonomia, l'indipendenza e l'integrità dell'Associazione;
- (d) non sussistano situazioni di conflitto di interessi, anche potenziale, tra l'erogante e l'Associazione o i suoi organi;
- (e) l'erogante goda di adeguata reputazione e non sia coinvolto in procedimenti penali, attività illecite o situazioni incompatibili con i valori dell'Associazione.

Ogni erogazione liberale, sia attiva sia passiva, deve essere adeguatamente documentata, registrata nella contabilità dell'Associazione e destinata esclusivamente al perseguimento delle finalità istituzionali. L'Associazione assicura la piena tracciabilità delle erogazioni effettuate e ricevute, conservando la documentazione relativa all'identità delle controparti, all'importo o valore dell'erogazione, alla data di esecuzione o ricezione e alla destinazione dei fondi.

L'Associazione rifiuta qualsiasi erogazione liberale che non soddisfi le condizioni di cui al presente articolo o che possa, anche solo potenzialmente, compromettere la propria indipendenza, integrità o reputazione. Qualora, successivamente alla sua effettuazione o accettazione, emergano circostanze che rendano l'erogazione incompatibile con i principi del presente Codice Etico, il Consiglio Direttivo



adotta le misure opportune, ivi incluse la revoca o la restituzione dell'erogazione.

4.7 Regali, omaggi e benefici

L'Associazione riconosce che nel settore della moda e del lusso la prassi degli omaggi, dell'ospitalità e delle spese di rappresentanza riveste un ruolo consolidato nelle relazioni professionali e istituzionali. Tali pratiche sono consentite nei limiti in cui siano proporzionate, trasparenti e non idonee a influenzare – o a essere percepite come idonee a influenzare – indebitamente l'esito di operazioni commerciali o decisioni di interesse dell'Associazione.

I regali e gli omaggi sono consentiti nell'ambito dell'attività istituzionale e promozionale dell'Associazione a condizione che:

- (a) il regalo non preveda la cessione di denaro o equivalenti (ad es. carte regalo, carte prepagate di negozi, buoni benzina, ecc.);
- (b) il regalo sia consentito sia dalla normativa, sia dalle policies del datore di lavoro del ricevente;
- (c) il regalo venga fatto apertamente, in assoluta trasparenza;
- (d) il regalo sia adeguatamente registrato nei libri contabili e societari dell'Associazione;
- (e) il regalo sia concesso in segno di stima, di cortesia o in cambio di ospitalità, e sia conforme agli usi e costumi locali;
- (f) il valore dell'omaggio sia proporzionato alle circostanze e non eccedente gli standard di ragionevolezza del settore, e comunque tale da non pregiudicare l'integrità delle parti o da poter essere interpretato come corrispettivo per l'ottenimento di vantaggi in modo improprio.

Resta inteso che tali spese dovranno essere sempre adeguatamente documentate e autorizzate in maniera appropriata.

L'Associazione consente di offrire ai propri interlocutori – ivi inclusi associati, partner, sponsor, istituzioni e media – pasti, accesso a eventi, ospitalità e spese analoghe, tipici del contesto del distretto e del settore del lusso, a condizione che:

- (a) riguardino la promozione delle attività istituzionali dell'Associazione o del distretto, ovvero la sottoscrizione o l'esecuzione di un accordo con un socio, un partner o uno sponsor;
- (b) siano consentite ai sensi della legislazione applicabile;
- (c) siano conformi alla prassi commerciale;
- (d) siano ragionevoli in base alle circostanze, e non eccessive o esagerate;
- (e) non diano una sensazione di inappropriatezza.



In ogni caso, il valore degli omaggi e delle spese di rappresentanza deve essere proporzionato alle circostanze e coerente con gli standard del settore. Il Consiglio Direttivo individua con apposita delibera le soglie economiche e i criteri operativi per la gestione degli omaggi e delle spese di rappresentanza, tenendo conto della specificità del contesto della moda e del lusso.

5. Violazione del Codice Etico

Il rispetto dei principi e delle regole comportamentali contenuti nel presente Codice Etico costituisce parte essenziale degli obblighi che i Destinatari assumono nei confronti dell'Associazione, nei termini disciplinati dalle sezioni 2.1 e 2.3.

L'inosservanza del Codice Etico costituisce inadempimento delle obbligazioni contrattuali assunte, con ogni conseguenza di legge, ivi inclusa la risoluzione del rapporto contrattuale, fermo restando, per il Personale, il rispetto, ove applicabile, di quanto previsto dall'art. 7 della Legge 300/1970 e dalla contrattazione collettiva applicata.

Eventuali violazioni del Codice Etico dovranno essere segnalate all'ufficio di presidenza dell'Associazione (e-mail: presidenza@montenapoleonedistrict.it), che garantirà la riservatezza dell'identità del segnalante.