



RAPPORTO DI SOSTENIBILITÀ 2014

SISAL

RAPPORTO
DI SOSTENIBILITÀ
2014

IL SISALISMO



Non fu così facile l'istituzione del Totalizzatore Calcistico in Italia: il lancio del totalizzatore fu preceduto da anni di studi, spesi alla ricerca di una formula organizzativa nuova ed originale che si adattasse alle particolarità della situazione. Ricordo che la ricerca delle innovazioni da apportare allo schema abituale dei totalizzatori calcistici in voga all'estero richiese laboriosissime sedute da parte dei dirigenti della S.I.S.A.L., cui ascende il merito di aver saputo risolvere tutti i problemi e tutte le difficoltà che ostacolavano il lancio del Totalizzatore Calcistico in Italia (...).

Noi della S.I.S.A.L. avevamo sempre pensato – e ne avevamo fatto oggetto di attento esame – che gli utili del Totalizzatore Calcistico dovessero essere assegnati ad un ente morale bisognoso di assistenza. Proprio in quel periodo che precedette la nascita ufficiale del Totalizzatore S.I.S.A.L., la situazione dello sport italiano era men che precaria. Uscivamo da una guerra disastrosa e lo Stato aveva problemi più urgenti e più importanti da risolvere e le sue finanze non permettevano di provvedere alla sovvenzione dello sport. Vivacchiava miseramente, lo sport. Per questo la S.I.S.A.L. pensò di sottoporre il suo progetto al Comitato Olimpico Nazionale Italiano (...). Molto cammino ha fatto da allora il Totalizzatore della S.I.S.A.L., un travolgente cammino cosparso di miliardi di premi distribuiti ai vincitori, di miliardi di lire che hanno irrobustito le magre casse dello sport, ridando allo sport una dignità e una disponibilità finanziaria che ora gli permette di avere tutti i mezzi per la preparazione e la partecipazione degli atleti italiani alle competizioni internazionali (...).

La parte propriamente tecnica del giuoco era risolta con ritrovati che sono autentico patrimonio della S.I.S.A.L. Innanzitutto la S.I.S.A.L. diede vita ad una scheda inconfondibile, tipica per il suo marchio e per il numero e la disposizione delle colonne. Altra importante innovazione creata dalla S.I.S.A.L.: il bollino di convalida del versamento della giocata. Altra interessante particolarità i famosi simboli "1", "X", "2" che servono per la designazione del pronostico e che rispettivamente significano: vittoria della squadra prima nominata, pareggio, vittoria della squadra seconda nominata (...). Ma tutta l'organizzazione S.I.S.A.L. poggia su particolari che l'esperienza ha gradatamente perfezionato. La S.I.S.A.L. è oggi un grandioso cronometro che funziona a battito regolare mercè il preciso lavoro dei suoi piccoli e innumerevoli ingranaggi (...).



Massimo Della Pergola, "Il Sisalismo", giugno 1948

NOTA

Massimo Della Pergola, co-fondatore di Sisal nel 1945 insieme a Geo Molo e Fabio Jegher, descrive lo spirito innovativo, l'efficacia organizzativa e l'approccio di responsabilità sociale che hanno guidato l'invenzione e il lancio della "Schedina Sisal", che diventerà poi "Totocalcio", tra i prodotti di gioco più popolari e longevi dei nostri tempi.

INDICE

6 INNOVIAMO PER TRADIZIONE

Emilio Petrone

8 SISAL IN CIFRE



IL PROFILO DEL GRUPPO SISAL

- 12 Sisal Group
- 13 Vision, Mission, Valori
- 15 Gli asset del Gruppo
- 17 L'offerta
- 20 Le Società del Gruppo
- 22 La struttura



LA GESTIONE DELLA SOSTENIBILITÀ IN SISAL

- 26 La Sostenibilità nella storia del Gruppo Sisal
- 30 I principi della Sostenibilità in Sisal
- 31 Il modello di crescita sostenibile del Gruppo
- 34 L'analisi di materialità del Gruppo Sisal



LA CORPORATE GOVERNANCE

- 38 Il sistema di Governance di Sisal
- 40 Il Sistema di Controllo e la gestione rischi
- 43 Il Sistema di Gestione Integrato
- 45 La Governance della Sostenibilità di Sisal



GLI STAKEHOLDER DI SISAL

- 48 Mappa degli Stakeholder
- 50 La Rete Distributiva
- 53 L'Ente Regolatore e le Istituzioni
- 55 Gli Azionisti
- 56 Le Banche e la Comunità finanziaria
- 57 I Business Partner
- 58 Le Associazioni di categoria

LA SOSTENIBILITÀ SOCIALE

- 64 I Clienti
- 76 Le Persone in Sisal
- 81 La Comunità

LA SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

- 94 L'educazione ambientale nel Gruppo Sisal
- 95 Il risparmio energetico
- 96 La riduzione dell'impatto ambientale
- 98 La riduzione dei consumi
- 99 La raccolta differenziata

LA SOSTENIBILITÀ ECONOMICA

- 102 Il Gruppo Sisal e i mercati di riferimento
- 106 I risultati economici
- 108 Il contributo di Sisal alla fiscalità generale
- 110 La produzione e la distribuzione della ricchezza generata

ALLEGATI

- 114 Nota metodologica
 - 115 Content Index
-

INNOVIAMO PER TRADIZIONE

In Sisal abbiamo l'ambizione di trasformare l'innovazione in un processo costante che possa permeare l'intera azienda, continuando un percorso fatto di intuito e di grande spirito imprenditoriale. Una storia nata per gioco, dal genio e l'immaginazione dei nostri tre fondatori.

Valorizzando l'attitudine al rinnovamento che Sisal ha sin dalla sua fondazione, oggi il nostro impegno di sostenibilità è estendere progressivamente il processo di innovazione anche all'ambito sociale, contribuendo alla generazione di soluzioni in grado di portare valore diffuso e condiviso per le Persone di Sisal, i nostri Clienti e la Comunità più in generale.

Il primo focus di responsabilità è proprio rappresentato dal benessere di Collaboratori e Dipendenti: le **Persone di Sisal**. Per loro abbiamo costruito un ambiente di lavoro in grado di offrire opportunità di crescita sulla base di criteri di merito condivisi che valorizzino i talenti e la ricchezza delle diversità. Grazie al coinvolgimento di team di lavoro multifunzionali, come il *WiSe Team* – Women in Sisal Experience – e il *WoW Team* – Working on Work –, sono stati individuati e implementati nuovi progetti. A partire da *Flexilife*, che ha favorito l'introduzione di formule di lavoro più flessibili, a *Easylife*, una piattaforma online ricca di servizi e convenzioni per tutti i collaboratori.

Il nostro impegno di sostenibilità verso i **Clienti** si è tradotto in un articolato Programma di Gioco Responsabile finalizzato a promuovere un modello di Gioco legale, sicuro ed equilibrato, incentrato sul divertimento. Nel 2014 abbiamo esplorato i nuovi canali digitali e i nuovi linguaggi della Rete per sensibilizzare a comportamenti di gioco consapevoli, realizzando la web series *Mr. Smart*. L'impegno sul Gioco Responsabile è stato premiato dal rinnovo al massimo livello delle certificazioni internazionali da parte di European Lotteries e World Lottery Association, estese da febbraio 2014 all'intera offerta di gioco del Gruppo.

L'attenzione verso la **Comunità**, anche attraverso il sostegno alla capacità ideativa dei giovani, rappresenta un punto cardine della strategia di Responsabilità Sociale per Sisal. Siamo convinti che la nostra Azienda debba diventare promotore e volano d'innovazione, trasformandosi in un facilitatore di sviluppo di nuove progettualità, condividendo e rendendo accessibili i propri asset, tangibili e intangibili, in percorsi di open innovation.

Con questo obiettivo è nata nel 2011 la partnership con la Fondazione ItaliaCamp, impegnata nell'identificazione e realizzazione di nuove risposte a domande reali del Paese e di progetti di innovazione sociale. E nel 2014 abbiamo lanciato *GoBeyond*, un contest ideato e promosso da SisalPay per sostenere l'avvio di start-up e garantire così la trasformazione di un'idea in un'impresa di successo. Abbiamo messo a disposizione del progetto vincitore non solo un contributo economico, ma anche know-how e capabilities aziendali in partnership con aziende di rilievo nel settore della consulenza, dei media e del digitale, per accompagnare, nei primi mesi di attività, il percorso di crescita della giovane impresa. Abbiamo inoltre rinnovato il sostegno a un'istituzione di eccellenza artistica, il Piccolo

Teatro di Milano, e messo a disposizione la capillarità della nostra Rete a favore della raccolta fondi per la ricerca scientifica, collaborando con partner rilevanti e qualificati quali Telethon, AIRC, Fondazione Umberto Veronesi e Fondazione Vialli e Mauro.

Sono tutte azioni concrete e misurabili. Ma innovare per noi non significa necessariamente introdurre soluzioni dispendiose e complesse: a volte è sufficiente un approccio mentale nuovo, un cambiamento nel modo in cui l'impresa si rapporta a se stessa e all'ambiente circostante, per creare valore aggiunto a beneficio di tutti gli Stakeholder.

L'innovazione è dunque una risorsa strategica per lo sviluppo della nostra Azienda e della società in cui operiamo. È la forza propulsiva e la linfa vitale che ci consente di guardare con ottimismo al futuro, con il coraggio di osare, mettendoci sempre in gioco.

Emilio Petrone
Amministratore Delegato
Sisal Group S.p.A.



SISAL IN CIFRE

70

ANNI DI STORIA

14 MILIONI

CLIENTI DI GIOCHI E SERVIZI

13.9 MILIARDI €

TURNOVER

~ 2.000

DIPENDENTI (2012 vs 2014 +25%)

45.587

PUNTI VENDITA

500

SERVIZI SISALPAY

187 MILIONI

TRANSAZIONI DI PAGAMENTI

335

GIOCHI ONLINE



IL PROFILO DEL GRUPPO SISAL

IMPEGNO

Dedizione verso ciò che facciamo, etica e chiarezza nei rapporti e nell'applicazione delle nostre idee, rigore unito a creatività e passione.

SISAL GROUP

Sisal Group (di seguito anche “Sisal”, “il Gruppo”, “la Società”) è un Gruppo italiano di lunga tradizione e consolidata reputazione che opera in stretta sinergia con il Regolatore e le Istituzioni pubbliche in due settori in forte crescita: il mercato dei giochi, in cui è presente fin dal 1946 in qualità di Concessionario dello Stato, e il mercato dei servizi di pagamento, in cui si è affermato negli ultimi anni come player di riferimento con il brand SisalPay.

La coerenza con principi e valori sociali consolidati ma capaci di rinnovarsi nel tempo, la gestione delle risorse umane come patrimonio fondamentale e l’innovazione in termini di produttività e sostenibilità hanno garantito la fiducia dei Clienti e delle Istituzioni.

Nei suoi 70 anni di storia il Gruppo ha diversificato e ampliato il proprio portafoglio di prodotti e servizi contando sia su una Rete di punti vendita capillarmente diffusa sul territorio nazionale sia sul canale digitale. Sisal, infatti, continua a investire per innovare prodotti e canali distributivi con l’obiettivo di rispondere alle esigenze dei propri Clienti con soluzioni di qualità e garantire un’esperienza di entertainment sicura e originale.

La politica di Sostenibilità del Gruppo e l’attenzione alle Persone e ai propri interlocutori, sia interni che esterni, hanno portato l’Azienda nel 2009 a rafforzare il proprio impegno di Responsabilità Sociale e a sviluppare un articolato Programma di Sostenibilità, rendicontato ogni anno a tutti gli Stakeholder, in un’ottica di crescita che bilancia gli interessi e le aspettative di tutti i soggetti di riferimento.

VISION, MISSION, VALORI

A large orange circular graphic with a thick border, containing text about the company's vision.

VISION

RENDERE PIÙ SEMPLICE
E DIVERTENTE
LA VITA DELLE PERSONE

Nella Vision di Sisal le Persone sono al centro dell'attività dell'Azienda. L'obiettivo principale è la valorizzazione del tempo libero degli Italiani.

A large green circular graphic with a thick border, containing text about the company's mission.

MISSION

OFFRIRE LA MIGLIORE PROPOSTA
DI INTRATTENIMENTO E SERVIZI,
IN MODO RESPONSABILE
E SOSTENIBILE NEL TEMPO

Nella propria Mission l'Azienda sottolinea l'impegno che da 70 anni sostiene con responsabilità: la costante attenzione verso i propri Clienti.



GIOCHIAMO DI SQUADRA

Un'Azienda che vuole essere leader nella Responsabilità Sociale d'Impresa ha il dovere di uniformare i propri comportamenti e farsi guidare da Valori che costituiscano le fondamenta della propria azione e che mettano al centro le Persone. I Valori guida sono stati definiti e condivisi da tutta l'Azienda e da tutti i Collaboratori che ogni giorno lavorano con competenza e passione per rendere Sisal un Gruppo sempre più competitivo, orientato allo sviluppo dell'Impresa e al benessere della collettività.

OGNUNO DI NOI DÀ IL MASSIMO
PER VINCERE INSIEME

ABBIAMO CURA E RISPETTO
DEI NOSTRI CLIENTI

LA SODDISFAZIONE E LA FIDUCIA DEI
CLIENTI SONO IL NOSTRO PREMIO PIÙ RICCO

CREDIAMO NELLE PERSONE
E NELLA LORO DIVERSITÀ

IL VALORE DELLE PERSONE E LA RICCHEZZA
DELLA LORO DIVERSITÀ SONO LA NOSTRA
COMBINAZIONE VINCENTE

SIAMO RESPONSABILI
ED ECCELLENTI

LA SOSTENIBILITÀ E IL RISPETTO DELLE
REGOLE SONO PER NOI L'AMBIENTE DOVE
RAGGIUNGERE L'ECCELLENZA

INNOVIAMO PER CRESCERE

PUNTIAMO SU INNOVAZIONE E SVILUPPO.
UN GRUPPO CHE CREDE NELLA RICERCA
INVESTE SUL PROPRIO FUTURO

GLI ASSET DEL GRUPPO

FORTE IDENTITÀ E RICONOSCIBILITÀ DEI MARCHI SISAL

La forte tradizione e riconoscibilità a livello nazionale dei propri marchi ha contribuito allo sviluppo del Gruppo e al raggiungimento di un elevato numero di Clienti: oggi oltre 14 milioni di Persone scelgono Sisal per giocare ed effettuare i propri pagamenti personali.

PRESENZA CAPILLARE NEL RETAIL

Il Gruppo Sisal è stato uno dei primi Operatori ad avviare un processo di espansione della Rete distributiva, affiancando ai tradizionali punti vendita affiliati nuovi format. Oggi Sisal conta su una Rete di 45.587 punti vendita e 3 brand distintivi sul territorio: Sisal Wincity, Sisal Matchpoint e, dal 2014, Sisal Smartpoint.

POSIZIONE STRATEGICA NEL MERCATO DEI SERVIZI DI PAGAMENTO

Nel 2013 è stato lanciato SisalPay, primo brand specifico del mercato, che ha garantito una presenza significativa nel settore dei servizi di pagamento attraverso l'offerta di soluzioni veloci e sicure che hanno favorito il cambiamento delle abitudini di pagamento degli Italiani.

RETE TELEMATICA TECNOLOGICAMENTE AVANZATA

Il Gruppo continua a investire con l'obiettivo di sviluppare una vasta piattaforma di Information and Communication Technology (ICT) in grado di garantire lo sviluppo dei sistemi di gioco e dei servizi di pagamento con alti standard di qualità e sicurezza.

COSTANTE INNOVAZIONE DEI PRODOTTI E DEI CANALI DISTRIBUTIVI

Il Gruppo si propone un continuo miglioramento dell'esperienza di consumo anche attraverso lo studio di nuove soluzioni in termini di offerta e canali distributivi con l'obiettivo di essere il *first mover* sul mercato con nuovi concept, nuovi prodotti e nuove modalità di fruizione.

IMPEGNO CONCRETO PER UNA CRESCITA SOSTENIBILE

Sisal ha scelto di perseguire uno sviluppo sostenibile con l'obiettivo di bilanciare l'espansione del business con la Responsabilità Sociale d'Impresa. Il suo approccio attivo in materia di Sostenibilità si concretizza, in particolare, nell'attenzione alle politiche di Gioco Responsabile e al piano d'Azione della CSR a favore dei propri Stakeholder.



L'OFFERTA

LOTTERY

LOTTERIE CON JACKPOT

LOTTERIE CON PREMIO CASA

LOTTERIE CON PREMIO RENDITA

LOTTERIE INTERNAZIONALI

SUPERENALOTTO

Uno dei jackpot più alti del mondo, SuperEnalotto è la lotteria storica di Sisal con un bacino di circa 5 milioni di Clienti e circa 600 mila fan su FB.



SIVINCETUTTO SUPERENALOTTO

L'unico concorso in cui tutto il montepremi viene vinto in una sera.



VINCI PER LA VITA - WIN FOR LIFE

Il primo gioco in Italia a offrire in premio una rendita mensile.



VINCICASA

Lanciato nel 2014, è il primo gioco italiano che mette in palio una casa.



EUROJACKPOT

Il primo e unico gioco di lotteria in Italia con un jackpot milionario realizzato in collaborazione con 16 Paesi europei.



RETAIL GAMING

SCOMMESSE

VIRTUAL RACE

VLT

AWP

BINGO

WINCITY

Retail concept innovativo basato sul modello "Eat, Drink and Play", che coniuga gioco, ristorazione e intrattenimento. Diciassette punti vendita nelle principali città italiane, tra cui Milano, Roma, Torino, Brescia, Pescara, Firenze, Catania, Bologna.



MATCHPOINT

È il canale dedicato all'offerta completa dei prodotti Sisal, con un focus speciale sulle scommesse ippiche e sportive e le Virtual Race. Conta oltre 350 punti vendita e più di 3.500 corner.



SMARTPOINT

È il canale lanciato nel 2014 per offrire un'esperienza di intrattenimento innovativa basata sulle tecnologie più moderne. Propone il portafoglio completo dei prodotti Lottery, le AWP, oltre a tutta la gamma dei servizi di pagamento su oltre 170 punti vendita.



ONLINE GAMING

CASINO E SLOT

QUICK GAMES

SCOMMESSE E VIRTUAL RACE

POKER E SKILL GAMES

VLT

LOTTERIE

BINGO

SISAL.IT

È la piattaforma del Gruppo che offre 335 giochi online proposti in un ambiente sicuro e consumer friendly, disponibili anche sui dispositivi mobili con applicazioni dedicate (250.000 Giocatori circa).



PAYMENTS & SERVICES

PAGAMENTO DI BOLLETTE, UTENZE, MULTE, TRIBUTI E ABBONAMENTI

RICARICA DELLE PRINCIPALI CARTE PREPAGATE

RICARICHE DEI PRINCIPALI OPERATORI DI TELEFONIA MOBILE NAZIONALE E INTERNAZIONALE

CARTE TELEFONICHE INTERNAZIONALI

ATTIVAZIONE E RICARICA DELLE TESSERE DELLA PAY-TV

COMMERCIALIZZAZIONE DI PICCOLI PRODOTTI E GADGET

SISALPAY

È il brand del Gruppo, lanciato nel 2013 con l'obiettivo di rispondere all'esigenza degli Italiani di eseguire in modo semplice, sicuro, comodo e veloce i pagamenti personali. SisalPay garantisce la sicurezza di un Istituto di Pagamento vigilato da Banca d'Italia e la massima trasparenza nelle modalità di erogazione del servizio e nelle condizioni economiche applicate.

I Clienti di SisalPay sono attualmente oltre 12 milioni.

SisalPay offre:

- oltre 500 servizi fruibili 7 giorni su 7, grazie a circa 100 Partner fra le maggiori aziende italiane e internazionali

- 40.000 punti vendita distribuiti capillarmente su tutto il territorio nazionale, di cui 5.000 esclusivamente dedicati all'offerta servizi di pagamento
- pagamenti in modalità cashless, distribuiti su tutta la Rete di punti vendita, per consentire ai Clienti di effettuare i propri pagamenti anche con moneta elettronica



LE SOCIETÀ DEL GRUPPO

Sisal Group S.p.A. e le sue controllate (di seguito anche "Gruppo") operano:

- nel settore dei giochi, prevalentemente sulla base di concessioni rilasciate dall'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli
- nel settore dei servizi di pagamento, sulla base di un'apposita autorizzazione rilasciata da Banca d'Italia

SISAL GROUP S.P.A.

- Direzione e coordinamento delle Società controllate
- Gestione delle attività di Internal Audit, pianificazione e controllo di gestione, strategy e sicurezza e antiriciclaggio

SISAL S.P.A.

- Gestione giochi, scommesse, concorsi

- Commercializzazione beni e servizi tramite la Rete di ricevitorie

SISAL POINT S.P.A.

- Servizi alla Rete di Vendita

SISAL ENTERTAINMENT S.P.A.

- Realizzazione e conduzione in concessione della rete telematica mediante apparecchi da intrattenimento idonei per il gioco legale (ADI)
- Noleggio apparecchi da intrattenimento

FRIULGAMES S.R.L.

- Noleggio e manutenzione di apparecchi da intrattenimento

ACME S.R.L.

- Produzione di apparecchi da intrattenimento



LA STRUTTURA

Il modello organizzativo di Sisal è basato su quattro Business Unit: Retail Gaming, Lottery, Online Gaming e Payments & Services, a cui si affiancano

le Direzioni Centrali che hanno l'obiettivo di garantire coerenza finanziaria, strategica e operativa, nonché la Mission del Gruppo.

BUSINESS UNIT RETAIL GAMING

Gestisce le attività relative agli apparecchi da intrattenimento, alle scommesse a quota fissa e ai tradizionali concorsi a pronostico ippici e sportivi, alle scommesse virtuali, nonché al Bingo.

BUSINESS UNIT LOTTERY

Gestisce i prodotti GNTN (Giochi Numerici a Totalizzatore Nazionale) di cui Sisal è Concessionario in esclusiva dal 2009. Sisal era già Concessionario Enalotto dal 1996.

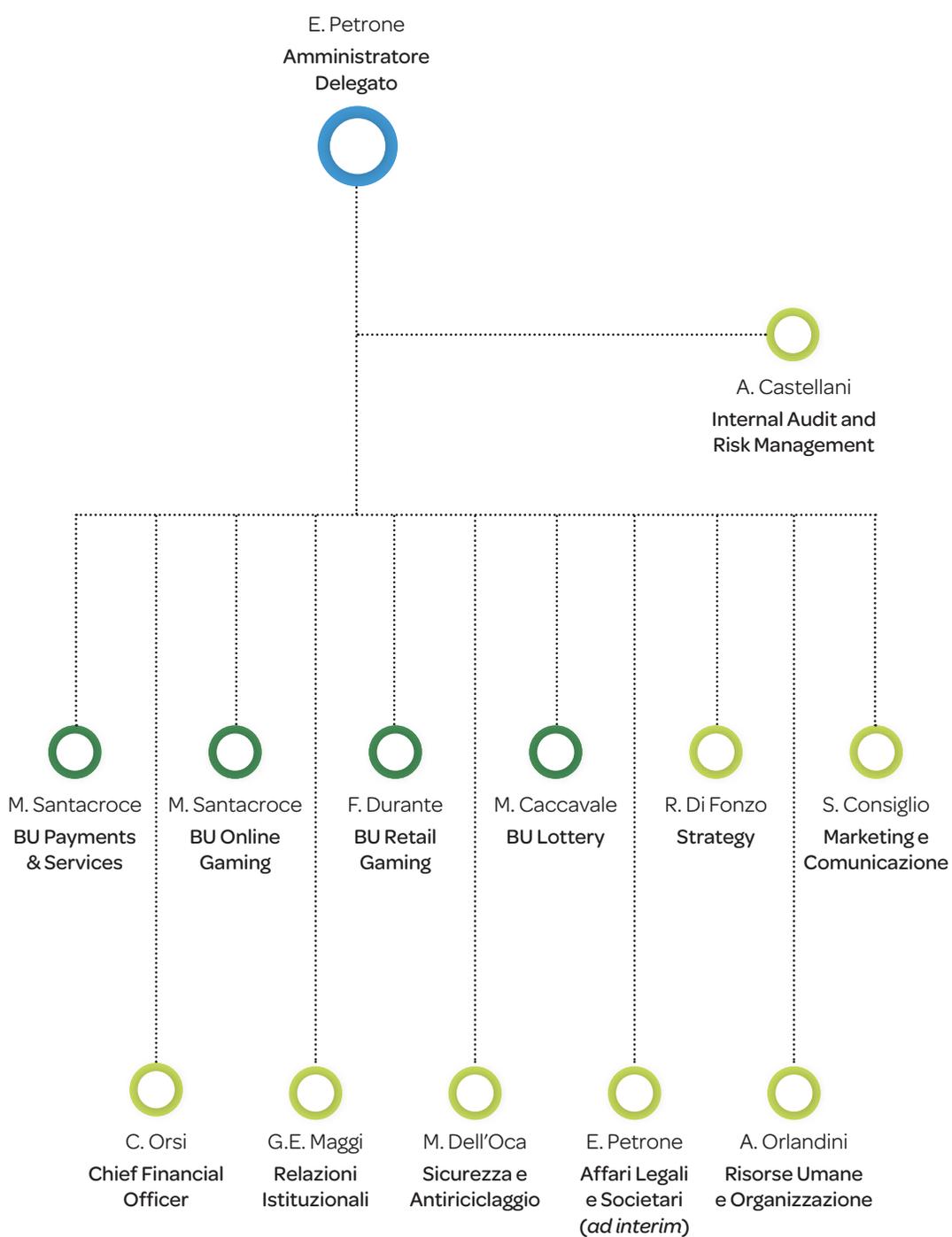
BUSINESS UNIT ONLINE GAMING

Gestisce le attività svolte nel comparto della raccolta giochi e scommesse online.

BUSINESS UNIT PAYMENTS & SERVICES

Gestisce le attività di pagamento di bollette, utenze, multe, tributi, abbonamenti, ricarica di carte di debito prepagate, ricarica di schede telefoniche e schede TV pay-per-view.

ORGANIGRAMMA GRUPPO SISAL





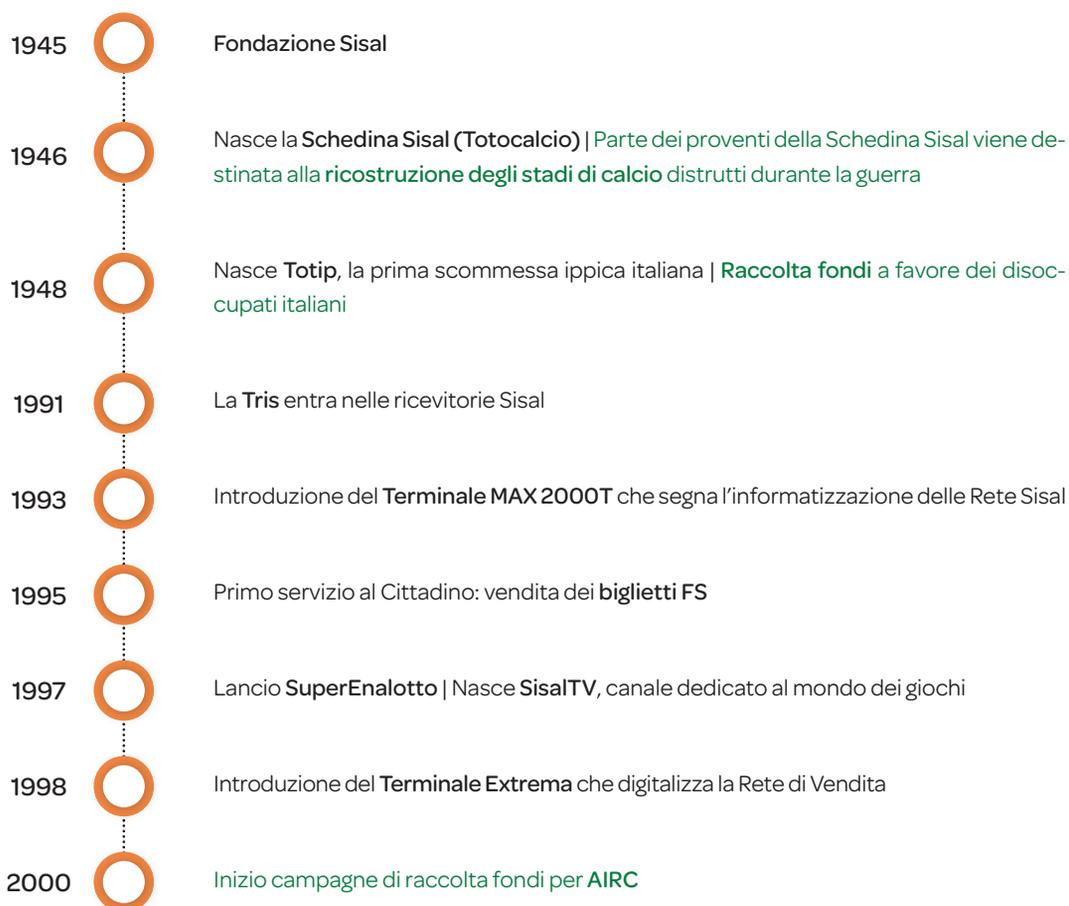
LA GESTIONE DELLA SOSTENIBILITÀ IN SISAL

INTELLIGENZA

Conoscenza, competenze e strumenti idonei e innovativi per mettere in atto un approccio sostenibile a tutto campo.

LA SOSTENIBILITÀ NELLA STORIA DEL GRUPPO SISAL

La timeline qui illustrata presenta le tappe salienti della storia di Sisal, nel suo ruolo di Gruppo industriale e di promotore della Responsabilità d'Impresa. Le azioni di Sostenibilità Sociale realizzate dall'Azienda nel corso del proprio percorso imprenditoriale sono indicate in verde.



- 2003  **Totocalcio** torna a casa (si conclude la fase di gestione statale iniziata nel 1948)
- 2004  Acquisizione di **Matchpoint** e della Rete di agenzie per le scommesse | Lancio del **gioco online**
- 2005  **Sisal Slot** sviluppa le attività di Sisal nel settore degli apparecchi da intrattenimento | Inizio campagne di raccolta fondi per **Telethon**
- 2008  Introduzione del **Terminale Leonardo**, la massima evoluzione del terminale di gioco | Sostegno alla **Mostra "Giovanni Bellini"** presso le Scuderie del Quirinale
- 2009  Sisal diventa Concessionario dei **Giochi Numerici a Totalizzatore Nazionale** | Nasce **Win for Life**, il primo gioco in Italia che premia con una rendita | **Avvio Programma di Gioco Responsabile** e Piano d'Azione di **CSR** | Lancio campagna **"Gioca il Giusto"** | Partnership con **Save the Children** e il **Piccolo Teatro di Milano** | Raccolta fondi per il **terremoto in Abruzzo** (Rete e Dipendenti Sisal)
- 2010  Nasce **Sisal Wincity** | Introduzione **Terminale Microlot** | Costituzione della **CSR Unit Sisal** | Attivazione dei servizi **"Un aiuto sincero"** e **"L'esperto risponde"** in tema di **Gioco Responsabile** | Partnership con **Onlus Make a Wish®** e **Associazione Portofranco**
- 2011  Lancio di due nuovi prodotti: **SiVinceTutto** e **Casinò** | **Certificazione European Lotteries** per il **Gioco Responsabile** | Adozione di specifiche **Linee Guida** di comunicazione commerciale responsabile | Partnership con: **Associazione ItaliaCamp**, **Fondazione Color Your Life**, **Comunità Nuova Onlus**, **Onlus Fiaba**, **Associazione Art for Business**
- 2012  Lancio di **EuroJackpot** | Sisal viene riconosciuta come **Istituto di Pagamento** da Banca d'Italia | Kick-off progetto **MEIC** (Memoria, Evoluzione e Identità Condivisa) | **Certificazione World Lottery Association** per il **Gioco Responsabile** | Lancio nuova **Vision e Mission**, nuovi **Valori** (Carta dei Valori Sisal) | Inizio campagne di raccolta fondi per la **Fondazione AriSla** e la **Fondazione Umberto Veronesi**
- 2013  Nasce **SisalPay**, la rete di servizi per effettuare pagamenti e ricariche in modo comodo e veloce | **Adesione al servizio nazionale di FeDerSerd "Gioca Responsabile"**
- 2014  Lanci: **VinciCasa**, il primo gioco al mondo che premia con una casa, **Sisal Smartpoint**, un nuovo concept di ricevitoria innovativo e tecnologico, e **Sisal Live Channel**, il primo canale tv in Italia dedicato interamente alle scommesse live | **Nasce l'Archivio Storico del Gruppo Sisal** associato a Museimpresa | **Certificazioni di Gioco Responsabile** European Lotteries e World Lottery Association **estese all'intera offerta di gioco** | Serie web **Mr. Smart** (campagna "Gioca il Giusto") | Lancio del progetto **SisalPay GoBeyond**

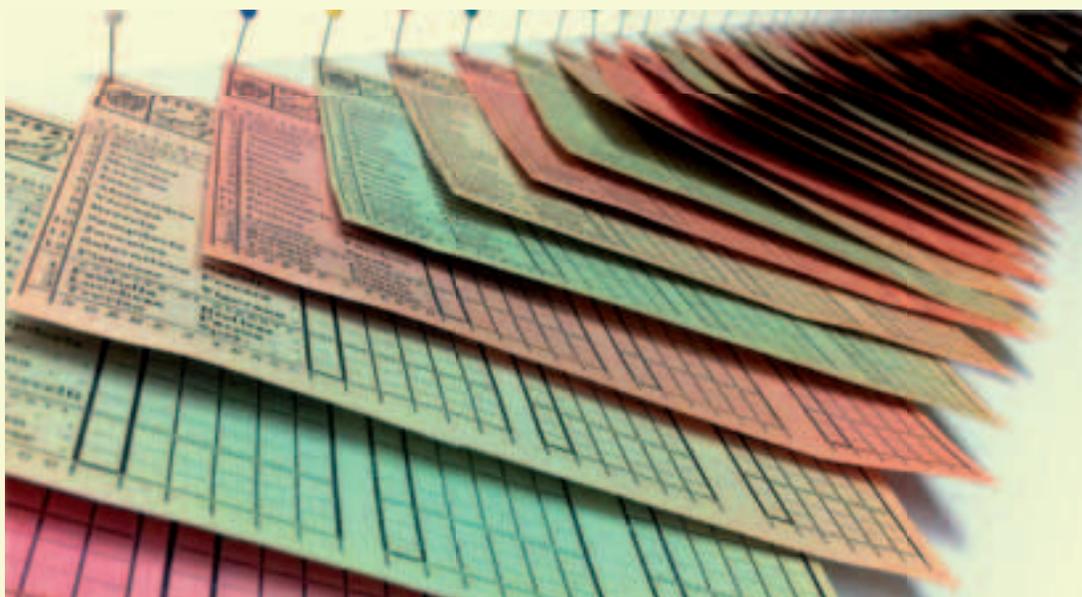
IL PROGETTO MEIC E L'ARCHIVIO STORICO DEL GRUPPO SISAL

La storia di Sisal è un lungo viaggio fatto di passione, intuito e di grande spirito imprenditoriale. Una storia nata per gioco dalla visione di tre giornalisti appassionati di sport che nel 1945, in un'Italia pronta alla rinascita postbellica, trovano nel calcio la prima fonte di ispirazione.

Ed è proprio con questo guizzo creativo che nel 1945 Sisal – acronimo parziale di Sport Italia Società a Responsabilità Limitata – muove i suoi pri-

mi passi grazie alla nascita della storica Schedina basata sugli esiti delle partite di calcio.

Con il passare degli anni Sisal cresce, rispecchiandosi nelle abitudini, nei costumi e nelle passioni degli Italiani, rimanendo però fedele allo spirito originale che la anima: quello di un'azienda dalla tradizione italiana, al servizio dello Stato, dei propri Clienti e dei propri Ricevitori, che offre gioco e servizi in modo legale, sicuro e responsabile.



70 anni costellati di progetti e successi, ma anche di persone e solidarietà, hanno ispirato la nascita del progetto **MEIC – Memoria, Evoluzione e Identità Condivisa**. Avviato nel 2012, il progetto intende valorizzare e rendere accessibile a tutti la Memoria, l'Evoluzione e l'Identità di Sisal.

Il primo grande traguardo raggiunto da Meic è la creazione nel 2014 dell'**Archivio Storico del Gruppo**, associato a Museimpresa, nato per preservare l'*heritage* aziendale e condividere il proprio patrimonio culturale e sociale.

Collocato nella storica sede Sisal a Peschiera Borromeo, vicino a Milano, in passato adibita al lavoro di spoglio delle schedine di gioco Totip, Totip+, Tris, l'Archivio accoglie gran parte del patrimonio documentale delle Società del Gruppo: oltre 4.000 documenti fotografici, la collezione del giornale *Sport Italia*, rassegne stampa, bilanci, circolari, concessioni e regolamenti dei prodotti gestiti negli anni, 700 affissioni, oltre 3.000 schedine di gioco, le prime matricole dei terminali presenti dagli anni Novanta a oggi nella Rete delle ricevitorie Sisal, bozzetti, oggettistica e libri di settore, nonché 800 nastri video.

Lo Spazio espositivo Meic, che ospita l'Archivio storico, si sviluppa su una superficie di oltre 160 mq e racconta i momenti più importanti della storia aziendale. La Lottery Wall con circa 2.000 schedine, la scrivania Totip con strappa schede e bagna bollini, le insegne luminose dei prodotti e dei marchi del Gruppo fanno da specchio al pannello che ripercorre l'evoluzione del brand Sisal e dei suoi prodotti. Cinque monitor raccontano l'Azienda attraverso altrettante categorie di video comunicazione: CSR, corporate communication, corporate films, comunicazione interna e il mondo delle ricevitorie/Sisal TV.

Un patrimonio culturale unico che si traduce in un'inedita chiave di lettura della storia del Paese stesso. La condivisione di questo vasto e prezioso patrimonio aziendale e storico inizia con le Persone in Sisal che per prime hanno contribuito a crearlo: l'Archivio infatti è disponibile sull'intranet WeSisal.

Lontano dall'essere un progetto orientato al passato, Meic si propone come strumento per rendere la memoria aziendale fruibile nelle sue trasformazioni, per un'elaborazione del proprio percorso storico che possa accompagnare la spinta verso l'innovazione che da sempre caratterizza Sisal. Una proiezione verso il futuro senza mai perdere di vista i Valori della tradizione e delle proprie radici.

Tradizione e innovazione, presente e passato legati a filo doppio accompagnano coloro che si affacciano all'Archivio Storico Sisal: con un occhio divertito osservano la Sisal del passato e con l'altro immaginano la Sisal del futuro.



I PRINCIPI DELLA SOSTENIBILITÀ IN SISAL

La politica e l'impegno di Sostenibilità del Gruppo Sisal sono parte integrante della sua storia, della sua Vision, della sua Mission e dei suoi Valori.

Quella di Sisal è prima di tutto una Sostenibilità vissuta e agita in prima persona da coloro che ogni giorno contribuiscono allo sviluppo dell'Impresa e alla creazione del Valore condiviso a beneficio dell'Azienda e di tutti i suoi Stakeholder.

La stessa strategia di business del Gruppo testimonia l'impegno di Sisal sul tema della sostenibilità, nella convinzione della necessità di integrare lo sviluppo del business con l'attenzione ai risvolti sociali, anche in considerazione della

particolarità del settore nel quale esso opera.

A ispirare la strategia di sostenibilità dell'Azienda è la convinzione che un approccio responsabile rappresenti l'unico modo per garantire creazione di Valore costante nel tempo per tutti gli Stakeholder interni ed esterni.

Nel 2014 è stata realizzata un'analisi di materialità per sviluppare e definire le priorità assunte dal Gruppo in materia di Sostenibilità. Le linee guida si concentrano sulle tematiche emerse come più rilevanti dall'analisi, identificando per ciascun ambito di impegno gli obiettivi e/o i target specifici.



IL MODELLO DI CRESCITA SOSTENIBILE DEL GRUPPO

I principali obiettivi strategici del Gruppo sono volti a consolidare e rafforzare la propria posizione nel mercato dei giochi e nel mercato dei servizi di pagamento, realizzando una crescita dei profitti in maniera sostenibile che crei Valore duraturo per tutti gli Stakeholder. In un'ottica di Sostenibilità, la tutela dei propri Clienti e l'attenzione al Programma di Gioco Responsabile sono elementi prioritari per la stessa strategia di business e influenzano in modo sostanziale le decisioni e le prassi aziendali.

Il modello di crescita sostenibile del Gruppo è trasversale a tutte le aree aziendali ed è basato su:

- Corporate Governance
- Sostenibilità Sociale
- Sostenibilità Ambientale
- Sostenibilità Economica

Questi ambiti costituiscono dei veri e propri pilastri nel modello di crescita sostenibile dell'Azienda e diventano guida della rendicontazione di Sisal: il Rapporto di Sostenibilità. Tutte le azioni di Responsabilità Sociale dell'Azienda si sviluppano a partire da un modello di Stakeholder Engagement che ha l'obiettivo di coinvolgere attivamente i portatori di interesse attraverso un approccio di crescita sostenibile che bilancia gli interessi e le aspettative di tutti i soggetti di riferimento. Per ogni Stakeholder sono previsti specifici livelli di coinvolgimento.

I LIVELLI DI STAKEHOLDER ENGAGEMENT

- Informare
- Consultare
- Ascoltare
- Coinvolgere
- Collaborare

S
T
A
K
E
H
O
L
D
E
R
E
N
G
A
G
E
M
E
N
T

TRASPARENZA E RESPONSABILITÀ NEL MANAGEMENT

INTEGRITÀ, VALORI E CODICE ETICO

PREVENZIONE E CONTROLLO DEI RISCHI

GIOCO RESPONSABILE E TUTELA DEI CLIENTI

BENESSERE DEI DIPENDENTI

SOSTEGNO ALLA COMUNITÀ

RIDUZIONE DELL'IMPATTO AMBIENTALE DEI PROCESSI OPERATIVI

GESTIONE EFFICIENTE DELLE RISORSE E DEI CONSUMI

INIZIATIVE A FAVORE DELL'AMBIENTE

CRESCITA DURATURA

DISTRIBUZIONE DEL VALORE GENERATO

CONTRIBUTO ALLA FISCALITÀ E ALLA COMUNITÀ



L'ANALISI DI MATERIALITÀ DEL GRUPPO SISAL

Sisal ha avviato e realizzato un processo di "analisi di materialità" con l'obiettivo di rendere maggiormente rispondente il Rapporto di Sostenibilità 2014 agli interessi e alle aspettative dei propri Stakeholder e alle esigenze del proprio core business.

Questo processo è stato realizzato in conformità con quanto previsto dalle linee guida di riferimento del Global Reporting Initiative GRI – G4 per le quali il principio di "materialità" rappresenta un elemento fondamentale e qualificante della rendicontazione.

L'analisi di materialità è stata condotta attraverso un processo di valutazione e selezione delle informazioni rilevanti con l'obiettivo di individuare le tematiche su cui sviluppare i contenuti del Rapporto di Sostenibilità 2014.

Il processo di analisi di materialità si è articolato nelle fasi descritte qui di seguito.

SCREENING DELLE POTENZIALI TEMATICHE DI INTERESSE

L'identificazione delle tematiche di interesse ha rappresentato la prima fase del processo di analisi di materialità di Sisal.

Questa attività è stata effettuata attraverso la raccolta e il confronto di dati e informazioni provenienti da diverse fonti informative, sia interne sia esterne alla Società, e ha portato alla rappresentazione unitaria delle tematiche complessive

in grado di influire sugli obiettivi di business, sulla visione degli Stakeholder e sulle sfide per il futuro.

Le informazioni analizzate fanno riferimento a quattro macro categorie di fonti:

- Standard e normative di settore
- Sistema impresa Sisal
- Iniziative di Industry
- Altri Stakeholder

Per la categoria "Standard e normative di settore" sono stati presi in considerazione i principali standard in ambito di rendicontazione di sostenibilità, nonché i principali contenuti della normativa di riferimento.

Per la categoria "Sistema impresa Sisal" sono state considerate le principali indicazioni comunicate dal Gruppo verso l'esterno, quali ad esempio gli impegni previsti nel precedente Rapporto di Sostenibilità e le informazioni veicolate attraverso i comunicati stampa.

Nell'ambito "Iniziative di Industry" sono state prese in considerazione le tematiche trattate dagli Operatori del settore gaming, considerate best practice per approccio e rendicontazione della sostenibilità.

Per "Altri Stakeholder" si intendono le informazioni raccolte da fonti differenti dalle precedenti. Sono state dunque analizzate le informazioni ottenute attraverso attività di monitoraggio sui media (ad esempio attraverso analisi dell'espo-

sizione mediatica e della rassegna stampa) o attraverso specifiche analisi condotte da enti terzi (ad esempio la survey condotta dal *Great Place to Work*, l'indagine relativa alla *Customer satisfaction* da parte delle ricevitorie e l'analisi svolta dal *Reputation Institute*), nonché quanto previsto dai principi dei *Responsible Gaming Standards* e dalle principali agenzie di rating etici.

Dopo la raccolta della documentazione, per ciascuna tematica è stata individuata la funzione aziendale coinvolta al fine di identificare gli owner interni di processo.

ANALISI DELLE TEMATICHE DI INTERESSE

La seconda fase del processo si è svolta con il supporto delle funzioni aziendali interessate (Comitato di Sostenibilità e Management) e ha permesso di selezionare ulteriormente i temi poten-

zialmente materiali, raggruppati in macro aree, su cui sviluppare la rendicontazione.

È stato dunque attribuito a ciascuna macro area un giudizio qualitativo di rilevanza espresso attraverso una scala di tre valori ("alto", "medio", "basso") che ha tenuto in considerazione la rilevanza per il Gruppo in termini strategici attuali e prospettici, competenze e investimenti appositamente indirizzati e potenziali impatti.

Le 7 aree tematiche individuate sono:

- Gioco Responsabile
- People
- Filiera
- Ambiente
- Innovazione, ricerca e sviluppo
- Stakeholder Engagement
- Governance e Compliance normativa



LA CORPORATE GOVERNANCE

INTEGRITÀ

La pratica della trasparenza e della responsabilità come strumenti di lavoro quotidiano all'interno e all'esterno.

IL SISTEMA DI GOVERNANCE DI SISAL

La corporate governance costituisce un elemento fondante del modello di business di Sisal e, affiancando la strategia d'impresa, è volto a sostenere il rapporto di fiducia con i propri Stakeholder, creando valore sostenibile nel lungo periodo, nel pieno rispetto dei valori di integrità, trasparenza e responsabilità.

Il sistema di governo societario adottato da Sisal si pone quale obiettivo primario la creazione di valore per gli azionisti, nella consapevolezza della rilevanza della trasparenza sulle scelte e sulla formazione delle decisioni aziendali, nonché della necessità di predisporre un efficace sistema di controllo interno.

IL MODELLO ORGANIZZATIVO DI SISAL

ASSEMBLEA DEGLI AZIONISTI

È competente a deliberare in sede ordinaria e straordinaria sulle materie alla stessa riservate dalla legge o dallo statuto sociale.

CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

È investito dei più ampi poteri per l'amministrazione della Società con facoltà di compiere tutti gli atti opportuni per il raggiungimento degli scopi sociali, ad esclusione degli atti riservati – dalla legge o dallo statuto – all'Assemblea.

La Società è gestita da un Consiglio di Amministrazione di 14 componenti, nominati dall'Assemblea degli azionisti, così composto:

- Augusto Fantozzi, *Presidente*
- Emilio Petrone, *Amministratore Delegato e Direttore Generale*
- Giancarlo Aliberti
- Simone Bassi
- Roberto Biondi
- Maurizio Cereda
- Gabriele Cipparrone
- Simone Cucchetti
- Giuseppe Farchione
- Stefano Giambelli
- Alessandro Papetti
- Maurizio Santacroce
- Nicola Volpi
- Roberto Zanchi

COMITATI ENDOCONSILIARI

Il Consiglio di Amministrazione ha costituito al proprio interno alcuni Comitati, la cui composizione e funzionamento sono ispirati ai principi e ai criteri dettati in materia dal Codice di Autodisciplina delle società quotate:

- **Comitato per le Nomine e le Remunerazioni degli Amministratori della Società e delle controllate**, composto dai Consiglieri: Giancarlo Aliberti, Giuseppe Farchione, Roberto Zanchi
- **Comitato per il Controllo**, composto dai Consiglieri: Giuseppe Farchione, Stefano Giambelli, Roberto Zanchi

SOCIETÀ DI REVISIONE

L'attività di revisione legale dei conti viene svolta da PricewaterhouseCoopers S.p.A., incaricata dall'Assemblea degli azionisti su proposta del Collegio Sindacale.

COLLEGIO SINDACALE

Ha il compito di vigilare sull'osservanza delle leggi e dello statuto, sul rispetto dei principi di corretta amministrazione e in particolare sull'adeguatezza dell'assetto organizzativo, amministrativo e contabile della Società e sul suo concreto funzionamento.

Il Collegio Sindacale è composto da 3 membri effettivi e 2 supplenti:

- Piero Alonzo, *Presidente*
- Massimo Bellavigna, *Sindaco effettivo*
- Francesco Tabone, *Sindaco effettivo*
- Carlo Bosello, *Sindaco supplente*
- Andrea Franzini, *Sindaco supplente*

ORGANISMO DI VIGILANZA

La Società ha adottato un Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ai sensi dell'art. 6 del D.Lgs. 231/01, volto, tra l'altro, ad assicurare condizioni di correttezza e trasparenza nella conduzione delle attività aziendali, ed è dotata di un Organismo di Vigilanza.

L'Organismo di Vigilanza è composto da 3 membri:

- Fabio Giarda, *Coordinatore*
- Andrea Castellani
- Carla Pascucci

IL SISTEMA DI CONTROLLO E LA GESTIONE RISCHI

Il Sistema di Controllo è l'insieme delle regole, delle procedure e delle strutture organizzative che consentono, attraverso un adeguato processo di identificazione, misurazione, gestione e monitoraggio dei principali rischi, una conduzione dell'impresa sana, corretta e coerente con gli obiettivi prefissati.

Per "rischio" si intende un evento che possa pregiudicare il raggiungimento di un obiettivo, sia esso strategico, operativo, di reporting o di conformità. Per ridurre la possibilità che si verifichino tali eventi, quindi per far fronte al rischio insito nell'attività della Società, Sisal ha definito e attuato un Sistema di Controllo costituito da diverse funzioni e organismi che consentono al Gruppo di identificare, analizzare e valutare i rischi connessi alle attività e agli obiettivi aziendali, di predisporre adeguate contromisure per la gestione di tali rischi e monitorare costantemente le attività in corso.

L'impegno di Sisal per la Sostenibilità si riscontra pertanto anche in questo Sistema, il quale, coerentemente con la Mission aziendale, contribuisce in modo significativo anche alla realizzazione delle strategie di medio e lungo termine del Gruppo. La responsabilità del Sistema di Controllo fa capo al Consiglio di Amministrazione, che ne determina le linee guida generali, ne valuta l'adeguatezza e ne verifica l'effettivo e corretto funzionamento.

Il Sistema di Controllo di Sisal garantisce una co-

stante relazione e, di conseguenza, un'efficace ed efficiente integrazione, fra tutti gli organi di controllo. A tale proposito, il Comitato per il Controllo si è riunito nel corso del 2014 in tre occasioni, con la partecipazione alle riunioni anche di membri del Collegio Sindacale, dell'Organismo di Vigilanza, della Funzione Internal Audit e Gestione Rischi, della Società di Revisione e di manager appartenenti a diverse aree aziendali. Il Comitato Rischi nel 2014 si è incontrato in due occasioni.

IL RISK MANAGEMENT

Sisal ha implementato il proprio Sistema di Controllo facendo riferimento al modello di gestione dei rischi definito secondo i principi indicati dalle best practice internazionali elaborate dal Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (C.O.S.O.): l'Enterprise Risk Management (ERM).

L'ERM è un processo strategico che interessa tutta l'Azienda, il cui obiettivo è l'identificazione, la valutazione e la gestione dei rischi aziendali, al fine di accrescerne le capacità di generare valore tramite il raggiungimento dei propri obiettivi. Tramite il processo di ERM viene identificato e misurato il grado di influenza che gli eventi potenziali possono avere sul raggiungimento degli obiettivi a loro collegati attraverso le due dimensioni rilevanti della probabilità di accadimento e dell'impatto sul business. Il management, individuate le modalità di risposta ai rischi rilevati (risk response), decide

le possibili azioni di contenimento o contrasto sulla base della tolleranza accettabile e della propensione al rischio dell'Azienda; definisce quindi le attività di controllo che assicurano l'effettiva attuazione delle risposte al rischio identificate.

La presenza e il funzionamento dei componenti dell'Enterprise Risk Management sono oggetto di monitoraggio continuo nel tempo, al fine di presidiare il Sistema di Controllo, assicurandone il mantenimento, l'aggiornamento, nonché il miglioramento. Dal 2008 a oggi Sisal si è dotata di un sistema strutturato di gestione dei propri rischi: a questo proposito sono stati implementati i processi di valutazione e analisi dei rischi ai diversi livelli e ambiti societari; sono stati inseriti all'interno del processo di Risk Management i soggetti definiti dal Codice di Autodisciplina con i loro ruoli e responsabilità e si sono nominati tutti i soggetti ritenuti utili al rafforzamento dei presidi dei rischi aziendali, fra cui il Comitato Rischi. Infine, si è raggiunto un elevato livello di coordinamento e collaborazione fra gli organi di controllo che ha consentito di rendere più efficiente il sistema stesso e di acquisire una maggiore consapevolezza dell'importanza del Sistema di Controllo quale asset strategico che contribuisce a creare valore per il Gruppo. Una sintesi dell'attività di risk management viene periodicamente presentata al Consiglio di Amministrazione da parte dell'amministratore esecutivo per il controllo.

IL MODELLO ORGANIZZATIVO EX D.LGS. 231/01

A seguito dell'entrata in vigore del Decreto Legislativo n. 231/2001 (di seguito anche "Decreto"), una società può essere riconosciuta direttamente responsabile e sottoposta a sanzioni qualora una persona collegata all'organizzazione della stessa commetta determinati reati nell'interesse o a vantaggio della Società stessa.

Nell'ambito della gestione dei rischi, dal 2006 Sisal ha elaborato e adottato un Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo (di seguito anche "Modello Organizzativo") finalizzato a ridurre il

rischio che vengano commessi i reati previsti dal Decreto. Questo Modello Organizzativo, che costituisce parte integrante del Sistema di Controllo, si compone dei seguenti elementi fondamentali e interdipendenti:

- Codice Etico
- Sistema di protocolli e procedure interne, contromisure per la prevenzione del rischio di reato
- Organismo di Vigilanza
- Mappa dei poteri conferiti
- Sistema sanzionatorio

L'Organismo di Vigilanza (di seguito anche "O.d.V.") ha il compito di vigilare sull'idoneità e l'efficace attuazione del Modello Organizzativo. L'O.d.V. riferisce direttamente al Consiglio di Amministrazione, così da non essere subordinato ad alcuna funzione aziendale. A garanzia dell'autonomia e dell'indipendenza dell'O.d.V., i membri sono scelti fra candidati con caratteristiche di elevata professionalità e con competenze complementari, requisiti indispensabili per il suo corretto funzionamento.

Tutti i Dipendenti e gli interessati sono tenuti a mantenere un comportamento improntato alla massima collaborazione nei confronti dell'O.d.V.: ogni informazione o notizia in relazione al sospetto di reati rilevanti ai fini del Decreto dovrà essere comunicata senza indugio, ogni anomalia segnalata, ogni inefficacia del Modello Organizzativo opportunamente evidenziata.

Sisal ha informato tutti i destinatari dell'esistenza e del contenuto del Modello Organizzativo sia attraverso la sua pubblicazione sulla rete intranet aziendale, sia attraverso un'attività formativa articolata in funzione della qualifica dei destinatari e del livello di rischio dell'area in cui operano.

L'O.d.V. della Società ha realizzato un programma di formazione, indirizzato in particolare ai manager neoassunti, con l'obiettivo di verificare il grado di consapevolezza dei principi e dei contenuti del Sistema di Controllo e, in particolare, del Modello Organizzativo.

Sisal ha adottato il Modello Organizzativo in una prospettiva dinamica che prevede un suo costan-

te aggiornamento, sia in funzione di eventuali modifiche nella normativa, sia in funzione dei cambiamenti che possono interessare la Società.

Il Modello Organizzativo, compreso il Codice Etico e di Comportamento, è stato aggiornato e approvato dal Consiglio di Amministrazione nell'ultimo trimestre del 2014.

IL CODICE ETICO E DI COMPORTAMENTO

Sisal svolge la sua attività in un contesto istituzionale, economico, politico, sociale e culturale in continua e rapida evoluzione. Per affrontare con successo la complessità delle situazioni in cui opera è importante definire con chiarezza i Valori a cui la Società si ispira e che desidera vengano rispettati.

Per queste ragioni Sisal ha predisposto e adottato un Codice Etico e di Comportamento (di seguito anche "Codice"), parte integrante del Modello Organizzativo, che definisce i principi di comportamento a cui si devono attenere Dipendenti, Amministratori, Sindaci, Collaboratori e Partner commerciali nello svolgimento delle proprie attività. Tutte le aree di attività, di business e non, e le geografie in cui Sisal opera sono soggette ai principi e alle regole definiti nel Codice e nel Modello Organizzativo. Tutte le controparti con cui Sisal collabora per gestire le proprie attività hanno con-

trattualmente accettato il Codice Etico e si sono impegnate a osservarlo.

L'osservanza del Codice riveste un'importanza fondamentale sia per il buon funzionamento e l'affidabilità della Società, sia per la tutela del prestigio, dell'immagine e del know-how della stessa, fattori che costituiscono un patrimonio decisivo per il successo di Sisal.

Nel Codice sono affrontati i temi relativi alle relazioni con i Dipendenti, al comportamento durante lo svolgimento delle proprie attività professionali, alla trasparenza nella contabilità, alla salute, alla sicurezza e all'ambiente.

Nella gestione del business e dei rapporti d'affari, Sisal si ispira a principi di legalità, lealtà, correttezza, trasparenza, efficienza e apertura al mercato. La Società nello svolgimento della propria attività d'impresa, che richiede costantemente l'acquisizione, la conservazione, il trattamento, la comunicazione e la diffusione di notizie, documenti e altri dati attinenti a negoziazioni, operazioni finanziarie e commerciali, si impegna ad assicurare il corretto trattamento di tutte le informazioni, garantendone riservatezza, veridicità e trasparenza ed evitandone ogni uso improprio.

Per ulteriori approfondimenti, il Codice delle Società di Sisal è disponibile sul sito Sisal.com e nell'intranet aziendale WeSisal si trovano anche le altre parti del Modello Organizzativo.

IL SISTEMA DI GESTIONE INTEGRATO

Il Sistema di Gestione Integrato di Sisal S.p.A. è composto da:

- **SISTEMA DI GESTIONE DELLA QUALITÀ (ISO 9001) – DAL 2001**

Per Sisal la certificazione del proprio Sistema di Gestione della Qualità ha significato diffondere in Azienda un'idea di Qualità più ampia, in cui anche l'Ambiente, con il suo impatto sul sistema sociale, politico ed economico, riveste un'importanza cruciale se consideriamo le risorse naturali come beni collettivi.

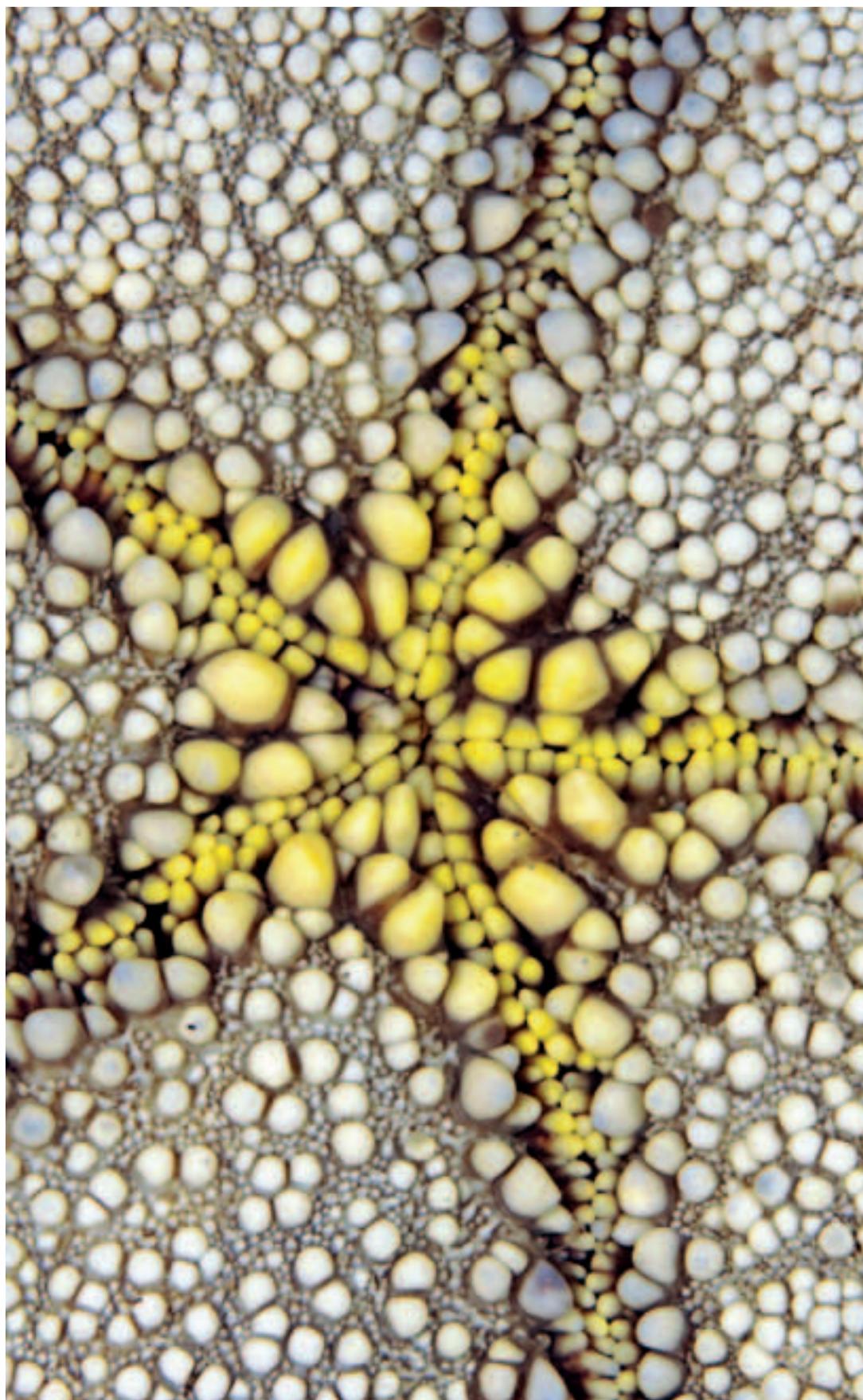
- **SISTEMA DI GESTIONE DELLA SICUREZZA DELLE INFORMAZIONI (ISO 27001) – DAL 2013**

Anche l'informazione, un bene che aggiunge valore all'impresa, è un altro tema caro a Sisal che ha certificato le attività realizzate a tutela dei propri dati e delle proprie informazioni, al fine di assicurarne l'integrità, la riservatezza e la disponibilità in un contesto in cui i rischi informatici causati dalle violazioni

dei sistemi di sicurezza sono in continuo aumento. In tema di sicurezza delle informazioni, a maggior garanzia propria e dei propri Stakeholder, Sisal ha ottenuto la certificazione WLA-SCS:2012, rilasciata dalla World Lottery Association attraverso un organo indipendente, grazie all'adozione di ulteriori controlli standard, integrati nei processi di sicurezza e di gestione del rischio complessivo dell'Azienda, specifici per il settore del gioco e delle lotterie internazionali, proiettando così la sicurezza delle proprie attività di business oltre confine.

- **SISTEMA DI GESTIONE DELL'AMBIENTE (ISO 14001) – DAL 2014**

La certificazione UNI EN ISO 14001:2005 testimonia l'attenzione posta dall'Azienda sul tema dell'impatto ambientale provocato dalla propria attività. Sisal ha adottato un'attenta politica ambientale, perseguendo obiettivi sostenibili e implementando azioni volte al corretto smaltimento dei rifiuti, alla tutela dell'ozono stratosferico e al risparmio energetico.



LA GOVERNANCE DELLA SOSTENIBILITÀ DI SISAL

Il modello di Sostenibilità adottato da Sisal parte da un piano strategico di medio-lungo termine che risponde alla volontà di operare in modo sostenibile dal punto di vista economico, sociale e ambientale nei confronti di tutti gli Stakeholder. Il presidio della Sostenibilità è attribuito alla Funzione CSR, all'interno della Direzione Marketing e Comunicazione, e a una struttura di Governance costituita come segue.

COMITATO SOSTENIBILITÀ

Il Comitato, coordinato dal Direttore Marketing e Comunicazione, definisce e presidia il modello di Sostenibilità del Gruppo in termini di condivisione e approvazione delle linee guida strategiche.

È costituito, oltre che dal Direttore Marketing e Comunicazione, dai Direttori delle Business Unit e dai Direttori Risorse Umane e Organizzazione, Relazioni Istituzionali, Affari Legali e Societari, Internal Audit e Risk Management, Sicurezza e Antiriciclaggio.

CSR UNIT

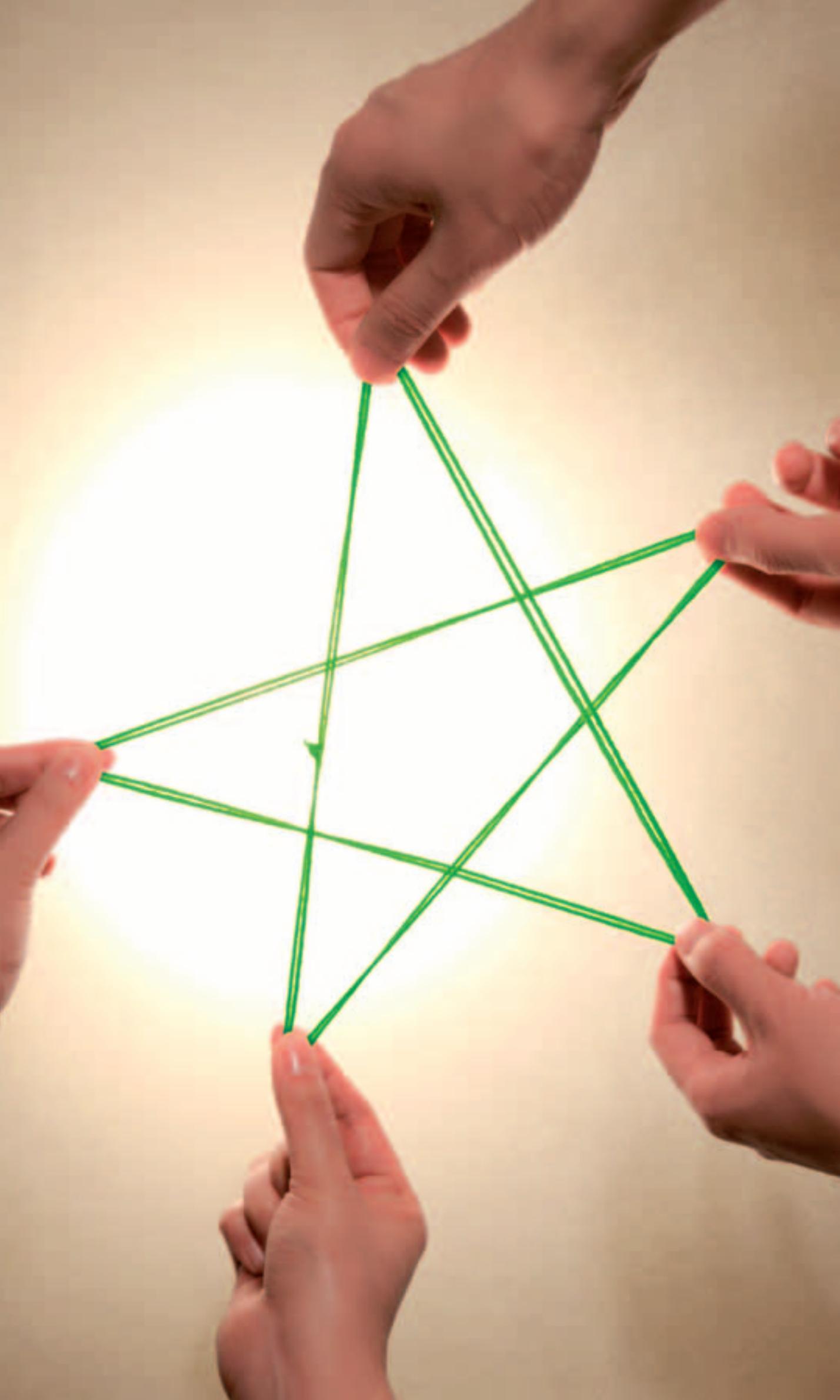
Unità organizzativa e di coordinamento dedicata specificamente alle tematiche della Responsabilità Sociale. La CSR Unit si occupa in particolare delle seguenti attività:

- sviluppo e realizzazione del Programma di Gioco Responsabile, nonché mantenimento degli standard di certificazione EL/WLA
- creazione di partnership con Associazioni no profit
- sviluppo della strategia di CSR che coinvolge la Comunità e presentazione della proposta al Comitato Sostenibilità
- sviluppo e implementazione della metodologia di Stakeholder Engagement
- redazione del Rapporto di Sostenibilità

CSR TEAM

Team di lavoro multifunzionale dedicato allo sviluppo dei progetti di sostenibilità quali:

- implementazione del Programma di Gioco Responsabile, anche in funzione del raggiungimento delle certificazioni EL/WLA
- attività di reporting e redazione del Rapporto di Sostenibilità



GLI STAKEHOLDER DI SISAL

INTERAZIONE

Ascolto e rispetto delle istanze degli organismi e delle
Persone con cui operiamo, perché l'innovazione scaturisce
soprattutto dal confronto.

MAPPA DEGLI STAKEHOLDER

L'APPROCCIO DEL MANAGEMENT

Per Sisal è fondamentale considerare le esigenze e le aspettative legittime di tutti i portatori di interesse bilanciandole e integrandole nelle strategie aziendali, sul modello dello Stakeholder Engagement. Partendo da un censimento degli interlocutori aziendali e delle attività di ascolto e dialogo in corso, è stata definita la mappa degli Stakeholder aziendali. Sono state individuate alcune categorie e per ciascuna di esse sono stati identificati gli argomenti più rilevanti. Sulla base di questa analisi Sisal ha individuato un percorso condiviso articolato in impegni e iniziative specifiche per ogni categoria di Stakeholder.

CLIENTI

Il Gruppo Sisal opera nel settore dell'entertainment e in quello dei servizi di pagamento. I suoi Clienti, composti da giocatori adulti e utenti di servizi, raggiungono un totale di 14 milioni.

PERSONE IN SISAL

Quasi 2.000 Dipendenti (67% sotto i 40 anni e 44% di presenza femminile) che con grande energia e creatività contribuiscono ogni giorno a costruire e migliorare l'identità dell'Azienda.

COMUNITÀ

Comunità locali, Associazioni non governative impegnate sul territorio, Enti e Organizzazioni culturali e sportivi no profit, Fondazioni e Istituti di ricerca scientifica.

RETE DISTRIBUTIVA

Oltre 45.500 punti vendita distribuiti capillarmente sul territorio nazionale. La Rete Sisal è articolata sul canale fisico e sul canale online. La Rete fisica è composta dai punti vendita GNTN,

Smartpoint, Matchpoint, le sale Wincity e Bingo.

ENTE REGOLATORE E ISTITUZIONI

Agenzia delle Dogane e dei Monopoli, Ministero dell'Economia e delle Finanze, Ministero per le Politiche Agricole e Forestali, Ministero dell'Interno e Forze dell'Ordine, Organi parlamentari, Amministrazioni regionali, Comuni ed Enti locali, Istituzioni europee, Banca d'Italia, Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria, CONI, Agenzia per l'Italia Digitale, Società Generale d'Informatica.

AZIONISTI

Investitori privati e fondi di private equity italiani e internazionali: Clessidra, Apax, Permira, la famiglia del Socio fondatore Molo, Amministratore Delegato e Manager della Società.

BANCHE E COMUNITÀ FINANZIARIA

Principali Banche attive su territorio nazionale e internazionale e principali fondi di investimento nazionali e internazionali.

BUSINESS PARTNER

Fornitori di materiali, tecnologie e servizi e Partner commerciali nei settori gaming e servizi di pagamento.

ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA

Associazioni nazionali e internazionali del settore gioco, Associazione Italiana Istituti di Pagamento (AIIP).



In questo capitolo vengono presentati: la Rete Distributiva, l'Ente Regolatore e le Istituzioni, gli Azionisti, le Banche e la Comunità finanziaria, i Business Partner e le Associazioni di categoria.

Si rimanda al capitolo 5 per la descrizione delle attività di CSR in relazione agli Stakeholder di riferimento per la Sostenibilità Sociale: i Clienti, le Persone in Sisal e la Comunità.

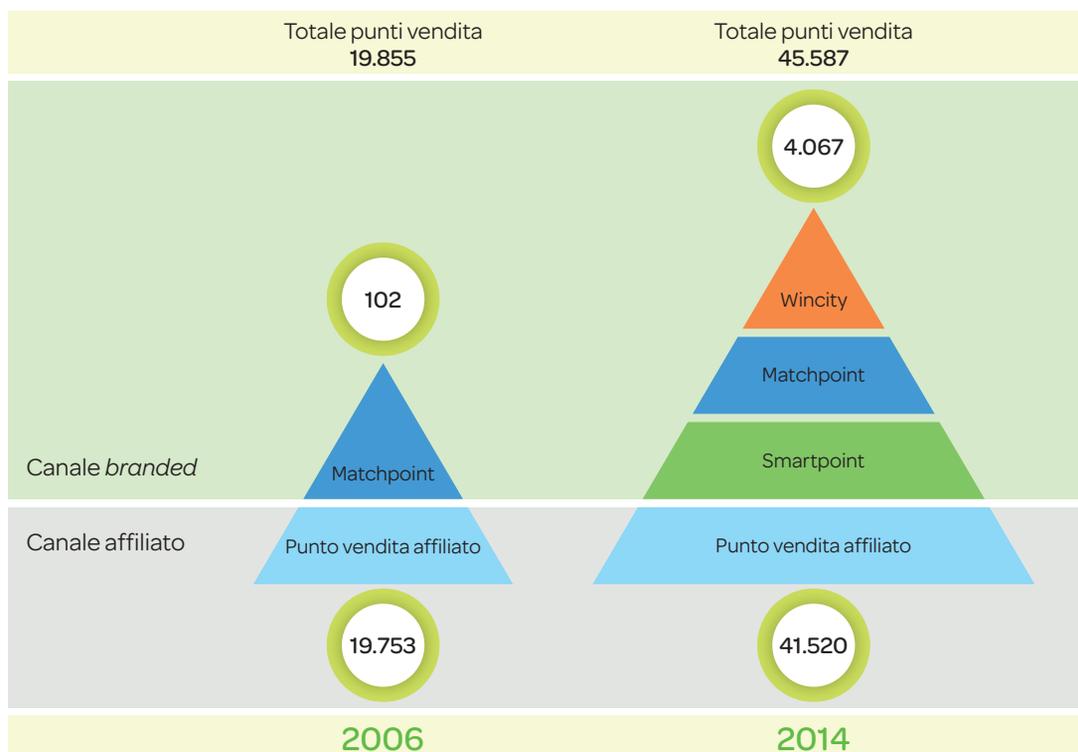
LA RETE DISTRIBUTIVA

LA CRESCITA DELLA RETE DISTRIBUTIVA

Il Gruppo Sisal opera attraverso una Rete Distributiva di 45.587 punti vendita articolata su due canali fisici, *branded* e affiliato, e sul canale online. Il canale *branded* comprende 4.067 punti vendita identificabili con i brand proprietari del Gruppo: Wincity, Matchpoint, Smartpoint. Il canale affiliato comprende 41.520 punti vendita di terze parti che distribuiscono i prodotti di gioco del Gruppo legati alle lotterie e agli apparecchi da intrattenimento, nonché ai servizi di pagamento.

Lo sviluppo della strategia retail del canale *branded* contribuisce alla sostenibilità di lungo periodo del business, grazie al contatto e alla comunicazione diretti con i Clienti che consentono una maggiore comprensione dei bisogni e delle aspettative. La Rete di punti vendita del canale affiliato, con cui Sisal ha stabilito una stretta e duratura relazione commerciale, rappresenta un asset per raggiungere un più ampio pubblico di Clienti.

Crescita della Rete Sisal (2006-2014)



IL DIALOGO CON LA RETE

Il Gruppo considera di fondamentale importanza il ruolo svolto dalla Rete Distributiva per consolidare la propria reputazione e credibilità presso i Clienti.

Nell'ottica del modello di Stakeholder Engagement, Sisal si impegna quindi ad aggiornare e formare l'intera Rete Distributiva, rispetto all'offerta di giochi e di servizi, soprattutto attraverso un dialogo diretto e costante nel tempo.

Qui di seguito gli strumenti di dialogo e formazione sviluppati da Sisal per la propria Rete che viene coinvolta anche in iniziative e concorsi specifici.

SERVIZIO RICEVITORI

Ai Ricevitori è dedicato un Contact Center ad accesso controllato, a garanzia della massima riservatezza. È formato da operatori esperti che, grazie ad aggiornamenti continui, nel 2014 sono stati in grado di fornire nella maggior parte dei casi risposte risolutive già al primo contatto, sia su argomenti tecnici che amministrativi.

Nel 2014 il servizio di Contact Center ha evaso circa il 94% delle chiamate inbound e i livelli standard di servizio (SLA, Service Level Agreement) richiesti dall'Agenzia delle Entrate e dei Monopoli relativi alle pratiche GNTN sono stati pienamente rispettati (al 98%).

I PORTALI RETAIL

L'Area Retail è supportata da due portali dedicati ai Ricevitori Sisal e ai Gestori Sisal Entertainment.

Il **portale dei Ricevitori** (www.ricevitorisital.it), gestito dal team Trade Marketing, include:

- pagine informative sulle caratteristiche dell'offerta Sisal (giochi, scommesse e servizi di pagamento)
- pagine informative su tutti i dati di concorso (risultati, concorsi, archivio storico)
- area allestimenti stampabili che mette a disposizione locandine utilizzabili nel punto vendita

(locandine pubblicitarie, dati di concorso, ricevute vincenti)

- regolamenti di gioco e domande frequenti

Anche il **portale dei Gestori** (www.gestore.sisal-slot.it) contiene aggiornamenti e informazioni su prodotti e servizi.

HOUSE ORGAN

Due gli strumenti cartacei destinati alla Rete e dedicati all'informazione e all'approfondimento:

Sisal News. È il periodico dedicato ai Ricevitori e distribuito con cadenza trimestrale per informare tutta la Rete sulle principali iniziative in corso e sulle novità in arrivo. Contenuti principali:

- la rubrica "Cari Ricevitori", a cura del Responsabile Vendite Lottery e Servizi, per informare i Ricevitori sui risultati raggiunti e gli obiettivi futuri
- sezioni dedicate all'approfondimento delle iniziative del Gruppo, alle novità sui prodotti commercializzati da Sisal (lotterie, servizi, scommesse, etc.) e alle azioni di Corporate Social Responsibility in corso
- "Zona Rice", sezione riservata ai Ricevitori per esprimere le loro opinioni e raccontare il loro punto di vista con interviste, foto e commenti

La Lavagna. House organ della Rete Matchpoint, a cadenza trimestrale. Stampato e inviato a tutti i suoi punti vendita, informa i Ricevitori su iniziative, sviluppi e novità che riguardano il Gruppo.

MESSAGGISTICA A TERMINALE

Il terminale di gioco è il modo più sicuro e diretto per raggiungere il punto vendita. Tutti i giorni vengono inviati messaggi su nuovi prodotti, iniziative speciali, vincite, bollettini dei concorsi e molte altre informazioni. Attraverso il terminale è inoltre possibile inviare messaggi "pop up" per le comunicazioni immediate.

LA FORMAZIONE DEI RICEVITORI

Sisal contribuisce allo sviluppo della propria Rete di ricevitorie e alla diffusione dei valori di Sostenibilità e Responsabilità Sociale con innovativi

programmi di formazione dedicati sia a tematiche specifiche relative ai giochi e ai servizi, con particolare riguardo agli aspetti normativi e alla tutela del Cliente, sia ad argomenti di più ampio respiro come lo sviluppo imprenditoriale del Ricevitore.

Per quanto riguarda le tecniche didattiche, dal 2008 Sisal impiega una piattaforma di e-learning management system, ossia di formazione a distanza. La piattaforma consente l'accesso ai corsi online in modalità di auto-apprendimento in qualsiasi momento mediante un personal computer collegato a internet (24 ore su 24 per 365 giorni all'anno). Attraverso lezioni audio-video, illustrazioni ed esercitazioni il Ricevitore può apprendere facilmente contenuti di immediata applicazione pratica.

Il catalogo formativo comprende 6 corsi distribuiti in 3 macro aree: Giochi e Servizi, Normative, Marketing e Comunicazione. Per quanto riguarda il tema del Gioco Responsabile, oltre al corso di base rivolto a tutti i nuovi Ricevitori, l'Azienda mette a disposizione anche un corso sulla piattaforma di e-learning contenuto nell'area Normative.

Nel 2014 la piattaforma per la formazione a distanza è stata ulteriormente perfezionata nella grafica e nei contenuti con l'obiettivo di coinvolgere un maggior numero di Ricevitori rendendo

l'esperienza di navigazione sempre più piacevole, agevole e proficua.

MASTER BUSINESS TRAINING

Prosegue anche nel 2014 il "Master Business Training", un percorso di formazione dedicato ai Ricevitori. Il Master insegna tecniche e metodi per gestire al meglio una ricevitoria. I moduli di formazione sono dedicati allo sviluppo di competenze fondamentali che riguardano le strategie e le modalità di sviluppo del business e le tecniche di comunicazione visiva specifiche del punto vendita. L'edizione 2014 ha visto coinvolti 2.500 Ricevitori.

RIMETTITI A NUOVO

Il concorso "Rimettiti a nuovo", lanciato nel 2013, ha come obiettivi:

- motivare i Ricevitori a esporre gli allestimenti all'interno dei punti vendita rispettando le linee guida
- fornire un supporto concreto al business
- comunicare in maniera innovativa con la Rete

Tutti i Ricevitori possono partecipare caricando una foto della propria esposizione sul sito dedicato o sulla pagina Facebook. Una giuria identifica il miglior allestimento e il Ricevitore è premiato con la ristrutturazione del punto vendita. Nell'edizione 2014 hanno partecipato 10.000 Ricevitori e 6 punti vendita sono stati ristrutturati.

L'ENTE REGOLATORE E LE ISTITUZIONI

IL MODELLO CONCESSIONARIO ITALIANO DEI GIOCHI

In Italia l'organizzazione e l'esercizio dei giochi pubblici con vincita in denaro sono riservati allo Stato, così come previsto dall'art. 1 del d.lgs. 14 aprile 1948, n. 496. I soggetti attivi nel mercato dei giochi possono operare unicamente attraverso un regime di monoconcessione, come nel

caso dei giochi numerici a totalizzatore nazionale o a quota fissa, oppure in un regime di pluriconcessione, come nel caso degli apparecchi da intrattenimento, le scommesse, il bingo e il gioco a distanza.

CONCESSIONI	OPERATORI	INIZIO CONCESSIONI IN CORSO
GNTN	Sisal S.p.A.	2009
Lotto	GTECH S.p.A.	1998
Lotterie Istantanee	Lotterie Nazionali Srl	2010
Awp/Vlt	Pluriconcessionari Sisal Entertainment	2013
Gioco a distanza	Pluriconcessionari Sisal Entertainment	2011
Sport/Ippica, c.d. "Bersani"	Pluriconcessionari Sisal Entertainment	2007
Negozi di gioco, c.d. "Ippiche e Sportive"	Pluriconcessionari Sisal Entertainment	2013
Scommesse, c.d. "Giorgetti"	Pluriconcessionari Sisal Entertainment	2013
Bingo	Pluriconcessionari Sisal Entertainment	2009

L'ENTE REGOLATORE

Dal 2002 lo Stato ha affidato all'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli l'attività di regolamentazione e controllo dell'intero comparto dei Giochi e Tabacchi.

Uno degli obiettivi principali dell'Agenzia è assicurare le entrate erariali garantendo nel contempo la tutela dei Clienti e il contrasto all'illegalità. L'Agenzia ha inoltre il compito di definire, attraverso disposizioni normative, le linee guida per lo sviluppo del settore, di monitorare costantemente il corretto operato dei Concessionari di gioco, nonché di intervenire, attraverso provvedimenti sanzionatori, ove non venissero rispettati gli obblighi e gli adempimenti previsti dalle concessioni stesse.

Per quanto riguarda il controllo e la verifica dei dati

della raccolta, l'Agenzia si avvale, per la parte informatica, dell'esperienza della Società Generale di informatica (Sogei S.p.A.), partner tecnologico del Ministero dell'Economia e delle Finanze che attraverso i propri sistemi di controllo consente la verifica degli adempimenti dei Concessionari e costituisce garanzia di massima trasparenza e regolarità per l'utente finale. Sulla base della normativa vigente, che prevede che ciascuna giocata sia preventivamente registrata presso i sistemi di controllo e convalidata prima di consentire la partecipazione degli utenti al gioco, Sogei ha realizzato dei sistemi transazionali automatizzati, costantemente collegati alle piattaforme degli Operatori, che consentono di gestire il comparto del gioco pubblico italiano con particolare riferimento al gettito erariale che questo settore produttivo contribuisce a generare.

LE ISTITUZIONI PUBBLICHE

Nel corso del 2014 è cresciuta l'attenzione degli Organi Istituzionali nei confronti del settore del gioco, come evidenziato dalla corposa attività legislativa in materia: si stimano infatti 603 iniziative parlamentari, con un indice di frequenza costante nel tempo.

Oggi il panorama della normativa del settore gioco è diventato più complesso e articolato a causa dell'attività legislativa esercitata con sempre maggior frequenza a livello locale che si sovrappone a quella statale: ciò ha imposto agli Operatori di modificare le loro linee strategiche, adattandole a un quadro legislativo diversificato a seconda del territorio in cui ci si trova a operare.

A fine 2014 tredici Regioni e diversi Comuni hanno approvato e pubblicato leggi o regolamenti comunali che, con intensità e misure diverse, impongono limiti all'esercizio dell'offerta di gioco legale sui territori di rispettiva competenza.

Rafforzare i rapporti di collaborazione con le Istituzioni, nel pieno rispetto dei reciproci ruoli, con Regioni, Comuni, Forze dell'Ordine e Ministero dell'Interno, oltre che con referenti istituzionali diretti (Ministero dell'Economia e delle Finanze, Agenzia delle Dogane e dei Monopoli), allo scopo di affrontare con spirito costruttivo anche le problematiche sul territorio, è stata una delle attività più consistenti svolte dall'Azienda nel corso del 2014.

GLI AZIONISTI

Nel Gruppo Sisal credono grandi e piccoli investitori. La struttura societaria è articolata in modo da garantire, a ogni livello della catena di controllo, trasparenza, compartecipazione e solidità.

La funzione di controllo sulle Società operative è detenuta da Sisal Group S.p.A. Il socio unico della Società è Gaming Invest S.à.r.l, una società parte-

cipata indirettamente, per il tramite di veicoli societari da:

- Apax e Permira, fondi di private equity internazionali
- Clessidra, fondo di private equity italiano
- La famiglia del Socio fondatore Molo
- Amministratore Delegato e Manager della Società



LE BANCHE E LA COMUNITÀ FINANZIARIA

I volumi di raccolta gestiti dal Gruppo Sisal vengono veicolati interamente attraverso il sistema bancario e, nello specifico, il Gruppo intrattiene rapporti consolidati con le principali banche operanti sul territorio nazionale e internazionale. Il Gruppo Sisal è in costante evoluzione con un business in forte crescita e con volumi di raccolta gestiti che nel 2014 hanno raggiunto i 13,9 miliardi di euro.

Per quanto riguarda l'operatività, le linee di credito e la relativa attività finanziaria non sono concentrate su una banca prevalente ma distribuite omogeneamente fra i diversi Istituti di credito in modo da diversificare il rischio e ripartire l'operatività in funzione degli affidamenti concessi.

L'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli richiede per ciascuna concessione una o più garanzie che coprano tutti gli adempimenti previsti dalla concessione stessa quali, ad esempio, i riversamenti erariali e il pagamento dei premi ai Giocatori. I Partner dei servizi richiedono invece di garantire

la raccolta gestita per loro conto in quanto il denaro viene prelevato dalla Rete dei punti vendita con cadenza settimanale ma riversata con cadenze differenti che variano a seconda del contratto.

Le obbligazioni in essere, quotate sul mercato riservato agli investitori istituzionali e professionali (ExtraMot), hanno permesso di dotarsi di uno strumento finanziario che classifichi e certifichi pubblicamente la qualità e la solvibilità del Gruppo tramite una valutazione assegnata dalle principali società di rating; l'ultimo rating assegnato è stato B per *Standard & Poor's* con *outlook* stabile e B per *Moody's* con *outlook* negativo. Tale classificazione in termini di rating assegnato al prestito obbligazionario testimonia la credibilità e la solidità che il Gruppo ha saputo documentare e garantire seppure in un contesto difficile per il mercato italiano.

A conferma di quanto detto, il rispetto dei "covenants" finanziari sul debito continua a essere ampiamente rispettato.

I BUSINESS PARTNER

I FORNITORI

Sisal svolge attività di valutazione e qualificazione rispetto ai Fornitori di materiali, servizi e prestazioni che abbiano influenza diretta sui Clienti finali e sui processi nell'ambito del Sistema di Gestione Integrato. Sisal si assicura che le attrezzature, i materiali, i servizi e le prestazioni acquistati siano conformi ai requisiti specificati. La valutazione dei Fornitori si basa sulla conformità a quanto previsto dai contratti e dagli ordini e sul monitoraggio degli scostamenti tra i livelli di servizio concordati, i Service Level Agreement (SLA), e i livelli di servizio effettivamente erogati.

Il controllo degli SLA e la valutazione di elementi specifici, quali il rispetto dei tempi di consegna e delle specifiche, nonché la correttezza dei documenti tecnici e amministrativi, consentono un'analisi globale del Fornitore e permettono di calcolare semestralmente l'Indice di Vendor Rating (IVR).

Il Codice Etico e di Comportamento adottato da Sisal è a disposizione di tutti i Fornitori. L'impegno all'osservanza delle norme e dei principi in esso contenuti è previsto nel contratto che regola il rapporto tra il Fornitore e l'Azienda.

I PARTNER DEI GIOCHI

- partner per l'offerta di gioco Bingo, Casinò e Poker online
- partner per i Quick Games, giochi istantanei online offerti nell'ambito dei giochi di sorte a quota fissa
- partner per l'offerta di gioco Skill Games online
- partner per l'offerta di gioco delle slot machine online
- partner nella realizzazione della App "Fantasy Slot", un'applicazione per iOS e Android lanciata nel giugno 2014
- partner per le videolotteries

I PARTNER DEI SERVIZI DI PAGAMENTO

Nel settore dei servizi di pagamento, il Gruppo Sisal collabora con numerosi Partner accreditati sul territorio per garantire i massimi standard di sicurezza ed efficienza:

- operatori di telefonia mobile e fissa e della tv digitale e satellitare
- aziende multi-utilities del settore dei servizi di vendita di energia elettrica, acqua e gas
- enti autorizzati alla riscossione dei tributi, Comuni, Regioni e Pubblica Amministrazione
- principali Istituti di Credito
- società del settore del Credito al Consumo
- società assicurative
- società del settore dei trasporti
- aziende del settore delle spedizioni e del trasferimento di denaro

LE ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA

ASSOCIAZIONI NAZIONALI

Sisal aderisce a tutte le principali associazioni federate in Sistema Gioco Italia, la Federazione di filiera dell'Industria del Gioco e dell'Intrattenimento aderente a Confindustria Servizi Innovativi e Tecnologici. Tra queste, Giochi e Società, l'associazione rappresentativa dei principali player attivi nella raccolta e gestione del gioco pubblico con vincita in denaro, rappresenta per Sisal, in quanto Concessionario, un importante collegamento con gli altri soggetti presenti sul mercato.

Il principale obiettivo del Sistema Gioco Italia è rappresentare e tutelare gli interessi trasversali del settore, composto da 6.600 imprese che creano un bacino occupazionale di oltre 200.000 addetti diretti e indiretti, ed elaborare strategie e proposte unitarie, in particolare in merito a politiche fiscali, tutela della legalità, tutela dell'occupazione e delle risorse umane, innovazione tecnologica, comunicazione.

Nel corso del 2014, tra le numerose iniziative di filiera, segnaliamo in particolare le attività svolte a supporto dei lavori parlamentari inerenti la c.d. "Delega Fiscale".

ASSOCIAZIONI INTERNAZIONALI

Sisal è da tempo associata a European Lotteries (EL), associazione internazionale indipendente che riunisce le lotterie di Stato e gli operatori di gioco autorizzati, e alla World Lottery Association (WLA), organizzazione che rappresenta a livello mondiale le lotterie autorizzate in numerosi Paesi. L'Azienda condivide pienamente l'obiettivo di queste prestigiose associazioni internazionali: favorire e promuovere a livello europeo e mondiale

il rispetto dei valori della legalità, sicurezza ed etica professionale, incentivando la collaborazione tra i suoi membri.

Nel corso del Congresso EL di Tel Aviv del giugno 2013, l'Amministratore Delegato di Sisal Emilio Petrone è stato eletto nel Comitato Esecutivo dell'associazione per il biennio 2013-2015 e, contestualmente, alcuni manager di Sisal sono stati inseriti nei tavoli di lavoro tematici, costituiti in seno a EL. Grazie al coordinamento associativo di EL, Sisal segue le diverse proposte di inquadramento delle attività di gioco a livello europeo.

AIIP - ASSOCIAZIONE ITALIANA ISTITUTI DI PAGAMENTO

Dal gennaio 2012 Sisal Group si è associata ad AIIP con l'obiettivo di ampliare e approfondire le sue relazioni in un settore differente rispetto a quello delle tradizionali aree di business e di consolidare la comprensione dei processi di sviluppo internazionali dei servizi di pagamento.

L'associazione AIIP diffonde e favorisce lo sviluppo, l'informazione e la conoscenza degli Istituti di Pagamento e degli operatori finanziari autorizzati a prestare servizi di pagamento, rappresenta gli iscritti nei confronti delle Autorità competenti e organizza seminari, convegni e dibattiti per promuovere l'attività di ricerca e offrire supporto a livello normativo e formativo.

Sisal Group, tramite suoi rappresentanti, è presente sia nel Comitato Esecutivo di AIIP sia in numerose commissioni di studio e di approfondimento di specifiche tematiche.

L'ATTENZIONE VERSO GLI STAKEHOLDER

STAKEHOLDER	IMPEGNI	INIZIATIVE
CLIENTI DI GIOCHI	<ul style="list-style-type: none"> • Operare in sinergia con il Regolatore pubblico per garantire sicurezza e trasparenza • Supportare le politiche di contrasto al gioco illegale e contribuire attivamente con proposte e iniziative • Rafforzare il divieto di gioco ai minori e gli strumenti di controllo • Promuovere e garantire un gioco sicuro ed equilibrato • Prevenire i fenomeni di gioco problematico e supportare i Giocatori in difficoltà • Assicurare il rispetto dei più alti standard internazionali di Gioco Responsabile • Integrare il Programma di Gioco Responsabile nelle strategie aziendali • Garantire una comunicazione trasparente e in linea con le linee guida e i decreti legislativi 	<ul style="list-style-type: none"> • Studi e ricerche sul fenomeno della ludopatia • Sviluppo di strumenti di valutazione e monitoraggio del grado di rischiosità dei giochi • Implementazione dei meccanismi di prevenzione (autolimitazione e autoesclusione) nei giochi a distanza • Formazione del Personale sul Programma di Gioco Responsabile • Coinvolgimento della Rete sul Programma di Gioco Responsabile • Applicazione di una procedura di verifica per garantire comunicazioni commerciali responsabili • Progetti web di sensibilizzazione dei Giocatori sul Gioco Responsabile • Meccanismi di prevenzione • Assistenza e supporto al Giocatore problematico (Servizi "Gioca Responsabile" e "Un aiuto sincero") • Rinnovo triennale delle certificazioni internazionali sul Gioco Responsabile • Estensione delle certificazioni internazionali di Gioco Responsabile a tutto il portafoglio di giochi Sisal
CLIENTI DI SERVIZI	<ul style="list-style-type: none"> • Rendere più semplice la gestione dei pagamenti per i Cittadini • Garantire massima trasparenza nelle modalità di erogazione dei servizi e nelle condizioni economiche applicate • Innovare le strutture tecnologiche a beneficio dei Clienti • Implementare la Rete dedicata ai servizi di pagamento • Gestire con tempestività ed efficacia le richieste dei Clienti 	<ul style="list-style-type: none"> • Progetto Cashless per consentire il pagamento anche con moneta elettronica • Progetto Stand Alone per lo sviluppo della Rete dedicata ai soli servizi di pagamento • Piattaforma digitale SisalPay.it per la gestione dei pagamenti personali • Attivazione di un ufficio reclami • Apertura di una casella e-mail dedicata per rispondere alle richieste dei Clienti • Servizio di Contact Center dedicato • Operatività 7 giorni su 7 con fasce orarie prolungate • Partnership con grandi aziende italiane e internazionali
PERSONE IN SISAL	<ul style="list-style-type: none"> • Favorire la crescita occupazionale e l'employability • Garantire un ambiente di lavoro sicuro ed efficiente • Attivare corsi di formazione e workshop per lo sviluppo di ogni livello aziendale • Informare e aggiornare tutti i Dipendenti sui temi rilevanti • Diffondere un clima aziendale collaborativo basato sui Valori Sisal • Promuovere i talenti e le carriere • Valorizzare il contributo femminile in Azienda • Favorire pari opportunità • Incentivare l'equilibrio tra vita/lavoro 	<ul style="list-style-type: none"> • Upgrade di WeSisal, l'intranet dell'Azienda, come strumento di comunicazione interna • Carta dei Valori Sisal • Sviluppo del framework di valutazione della performance • Realizzazione di indagini di clima aziendale (Great Place to Work) • Job Posting • Academy Manageriale: focus sui Valori • Creazione di un percorso formativo ad hoc per le donne (WiSe) • Carta per la valorizzazione delle diversità • Sviluppo del programma di Welfare aziendale

STAKEHOLDER	IMPEGNI	INIZIATIVE
<p style="text-align: center;">COMUNITÀ</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Creare opportunità di formazione, socializzazione e integrazione, con particolare focus sulle giovani generazioni • Supportare il merito e il talento • Partnership con associazioni qualificate nell'ambito della cultura, della ricerca scientifica e della formazione • Rafforzare il dialogo con il territorio 	<ul style="list-style-type: none"> • Educazione e Talenti: progettazione di nuovi contesti, opportunità e modalità formative per lo sviluppo del talento: progetto GoBeyond di SisalPay, partnership con Color Your Life e ItaliaCamp e supporto al Master Publitalia '80 • Arte e Cultura: progetti, manifestazioni, eventi, considerati occasioni di crescita relazionale e aggregazione sociale positiva: partnership con il Piccolo Teatro di Milano e supporto al Teatro Olimpico di Roma • Sport: attività che promuovono i valori positivi dello sport: progetti "Io tifo Positivo" e "FloriaGafir – La cultura della sportività" • Raccolte fondi a sostegno della ricerca scientifica realizzate grazie alla Rete e ai Dipendenti Sisal: AIRC, Telethon, Fondazione Umberto Veronesi, Fondazione Viali e Mauro, Associazione Italiana Lotta al Neuroblastoma • Sostegni per la Comunità: iniziative di charity e progetti con Partner attivi sul territorio: partnership con Make a Wish® e Fiaba, partecipazione al Meeting di Rimini e sostegno a Lilt e alla Fondazione Near • Territorio: collaborazione con KCity a un ampio studio sulla fattibilità di progetti e programmi di rigenerazione urbana
<p style="text-align: center;">RETE DISTRIBUTIVA</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Aggiornare e formare in modo costante e continuo la Rete Sisal • Sviluppare la Rete dei punti vendita su territorio nazionale • Realizzare iniziative per coinvolgere i Ricevitori • Innovare le strutture tecnologiche del punto vendita • Promuovere il Programma di Gioco Responsabile presso i punti vendita • Supportare e assistere i Ricevitori per una gestione efficiente del punto vendita • Instaurare partnership improntate all'eccellenza e all'integrità • Monitorare costantemente la propria Forza Vendita 	<ul style="list-style-type: none"> • Servizio Ricevitori • Sviluppo dei Portali Retail • "Sisal News", periodico dedicato ai Ricevitori • "La Lavagna", periodico Sisal Matchpoint • Sviluppo del catalogo formativo online (6 corsi) • Formazione specifica sul Gioco Responsabile in aula e online • Concorso "Rimettiti a nuovo" per il miglior allestimento del punto vendita • Master Business Training per ottimizzare la gestione del punto vendita

STAKEHOLDER	IMPEGNI	INIZIATIVE
ENTE REGOLATORE E ISTITUZIONI	<ul style="list-style-type: none"> • Collaborazione costante con il Ministero dell'Economia e della Finanza, con l'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli e con le Istituzioni per garantire sicurezza, legalità e trasparenza nel settore gaming • Contrasto al gioco illegale • Promuovere iniziative a tutela del Giocatore in collaborazione con le Istituzioni pubbliche, gli Enti locali, le Associazioni di categoria nazionali e internazionali • Divulgare il concetto del gioco come divertimento e contrasto al gioco patologico • Sostenere il messaggio del divieto assoluto di gioco ai minori • Garantire la presenza sul mercato di prodotti sicuri e affidabili 	<ul style="list-style-type: none"> • Contributo allo sviluppo di piani transnazionali a tutela dell'integrità sportiva • Ricerche e studi sul fenomeno delle partite truccate (match fixing) • Sostegno a progetti di contrasto alla ludopatia in collaborazione con lo Stato e le Amministrazioni locali • Sostegno a progetti di contrasto al gioco illegale in collaborazione con Associazioni italiane e internazionali di categoria • Partecipazione attiva alle iniziative e agli incontri della Federazione Sistema Gioco Italia e delle Associazioni federate • Promozione di attività di ricerca e di formazione sul tema degli Istituti di Pagamento
AZIONISTI	<ul style="list-style-type: none"> • Rendicontazione completa, trasparente e tempestiva • Redazione annuale del Rapporto di Sostenibilità • Parità di trattamento informativo di tutte le categorie di azionisti e investitori • Garanzia di una Corporate Governance basata sui Valori di integrità, trasparenza e responsabilità 	<ul style="list-style-type: none"> • Attività di Investor Relations • Pubblicazione annuale del calendario degli eventi societari • Pubblicazione sul sito del Gruppo delle comunicazioni relative ad approvazioni e pubblicazioni di bilanci, relazioni trimestrali, piani aziendali e operazioni rilevanti
BANCHE E COMUNITÀ FINANZIARIA	<ul style="list-style-type: none"> • Continuità di rapporto • Solidità patrimoniale di lungo termine 	<ul style="list-style-type: none"> • Invio reportistica mensile in relazione all'andamento del Gruppo
BUSINESS PARTNER	<ul style="list-style-type: none"> • Instaurare rapporti ispirati a principi di integrità, fiducia e rispetto • Realizzare partnership volte all'innovazione di valore • Monitoraggio costante per valutare la qualità delle forniture, dei servizi e delle prestazioni 	<ul style="list-style-type: none"> • Sviluppo di strumenti che consentono un'analisi globale del Fornitore • Attività di monitoraggio degli SLA (Service Level Agreement)
ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA	<ul style="list-style-type: none"> • Favorire a livello nazionale e internazionale il rispetto dei Valori di legalità, sicurezza ed etica professionale • Rinnovo annuale delle certificazioni internazionali in tema di Gioco Responsabile • Collaborare attivamente con gli altri Operatori di settore • Contribuire al miglioramento delle condizioni operative delle imprese di settore • Consolidare un mercato basato sui principi della sostenibilità, del controllo, della trasparenza e della responsabilità 	<ul style="list-style-type: none"> • Partecipazione attiva alla stesura di proposte e strategie unitarie (in particolare, contro la frode sportiva e il gioco illegale) • Elaborazione di analisi e approfondimenti a supporto del Regolatore (ADM) in collaborazione con altri Operatori di settore • Ideazione di strumenti e meccanismi che garantiscono un gioco sicuro e responsabile • Diffusione di una corretta conoscenza del settore del gioco pubblico italiano



LA SOSTENIBILITÀ SOCIALE

INCLUSIONE

Nel mondo interconnesso ciascuno deve avere un posto e un ruolo, operiamo per una società più responsabile nei confronti dei Cittadini.

I CLIENTI

L'APPROCCIO DEL MANAGEMENT

La soddisfazione e il benessere del Cliente rappresentano un obiettivo strategico per la crescita del Gruppo, impegnato a fornire soluzioni, comprendere i bisogni dei Clienti e offrire servizi di qualità. L'attenzione, la cura e il rispetto verso le aspettative dei Clienti guidano l'agire quotidiano dell'Azienda che sviluppa strategie e prodotti a partire dall'ascolto e dal servizio al Cliente. L'impegno del Gruppo è fondato sui valori di fiducia, correttezza e attenzione, requisiti che fanno di Sisal un'Azienda non solo affidabile, ma anche garante di un gioco e di servizi sicuri e responsabili. Ai Giocatori Sisal offre infatti un programma basato su un modello di gioco legale, consapevole ed equilibrato, centrato sull'intrattenimento, con particolare attenzione alla tutela delle fasce più vulnerabili. Ai Clienti dei servizi, sempre più numerosi, Sisal garantisce un sistema di pagamento affidabile, efficiente e certificato da Banca d'Italia.

IL PROGRAMMA DI GIOCO RESPONSABILE

L'impegno prioritario di Sisal verso i propri Clienti è volto a diffondere una cultura di Gioco Responsabile e a prevenire i danni potenziali causati da comportamenti di gioco eccessivi. L'obiettivo del Programma di Gioco Responsabile dell'Azienda è quindi la tutela del Cliente e delle fasce più vulnerabili nella consapevolezza che il gioco è – e deve restare – un divertimento.

Sisal si impegna anche a diffondere e consolidare fra i Dipendenti, la Rete Distributiva e i Partner commerciali l'etica e i valori espressi nel proprio Programma di Gioco Responsabile, basato su standard internazionali e fondato sull'informazione, sulla prevenzione e sull'educazione a comportamenti di gioco responsabili ed equilibrati.

Il principale obiettivo di Sisal nella realizzazione del Programma di Gioco Responsabile è:

→ Garantire un modello di gioco consapevole ed equilibrato, centrato sull'intrattenimento, sul divieto di gioco ai minori e sulla prevenzione dei fenomeni di gioco problematico.

Attraverso:

→ la Collaborazione con il Regolatore per garantire la protezione dei Clienti, la sicurezza e la trasparenza degli strumenti e dell'offerta di gioco

→ la Garanzia e il rispetto dei più alti standard internazionali di Gioco Responsabile attraverso il processo di certificazione di tutti i prodotti Sisal, verificato da un revisore indipendente

LE 8 AREE DEL PROGRAMMA DI GIOCO RESPONSABILE



1. STUDI E RICERCHE

Per Sisal lo studio e la ricerca sono alla base del proprio Programma di Gioco Responsabile in quanto strumenti indispensabili per analizzare e monitorare la percezione e la sensibilità sulle tematiche del Programma, focalizzate sul gioco sicuro ed equilibrato. I risultati di queste ricerche, inoltre, sono fondamentali per trovare soluzioni e risposte adeguate al fenomeno del gioco patologico.

INDAGINE SUL PROGRAMMA DI GIOCO RESPONSABILE PRESSO LA RETE SISAL

L'indagine svolta nel 2014 da Sisal in collaborazione con Nextest (Istituto di ricerca specializzato

nello studio dei fenomeni sociali e in particolare del ruolo della CSR) ha avuto l'obiettivo di:

- misurare la sensibilità dei Ricevitori in materia di Gioco Responsabile
- verificare presso la Rete Distributiva il livello di conoscenza nei confronti del Programma di Gioco Responsabile
- valutare gli effetti ottenuti dal Programma
- raccogliere il giudizio finale sul Programma

I Ricevitori Sisal hanno definito il gioco come un'attività gratificante e di intrattenimento e secondo il loro giudizio allontanarsi da questi valori conduce al gioco problematico. Le attività realizzate dal Gruppo sul Gioco Responsabile sono

considerate iniziative in grado di salvaguardare i valori positivi del gioco.

“GIOCARRE PER GIOCO”

Il progetto Giocare per Gioco, promosso da Sisal, Gtech, ACADI e Giochi e Società, e condotto dalla Fondazione per la Sussidiarietà in collaborazione con ModaCult – Centro per lo studio della moda e della produzione culturale dell’Università Cattolica di Milano, è giunto al suo quinto anno di vita. I risultati della ricerca sono stati documentati in report annuali, due dei quali presentati nelle edizioni 2011 e 2012 del Meeting di Rimini, in due workshop e in un convegno conclusivo dal titolo “Gioco-Giocatori. Comportamenti e riflessioni”.

Di seguito, le azioni di ricerca dei primi cinque anni di attività:

- studio delle pubblicazioni scientifiche esistenti
- analisi socio-semiotica della comunicazione del gioco
- focus group su un target di giocatori dai 18 ai 27 anni
- blog “Gioco Responsabile” (due edizioni)
- blog “Professionals” utilizzato per rilevare le opinioni sul gioco di un panel di professionisti selezionati
- indagine qualitativa di tipo etnografico basata su interviste mirate ai Giocatori presenti all’interno dei punti vendita

“IL GIOCO PROBLEMatico – FATTORI DI PROTEZIONE E DI RISCHIO”

Lo studio “Il Gioco Problematico – Fattori di protezione e di rischio”, condotto dall’Università di Roma La Sapienza in collaborazione con Ipsos Public Affairs e promosso da Sisal, ACADI, Giochi e Società e Gtech, ha permesso di stimare la penetrazione del fenomeno del gioco d’azzardo su un campione rappresentativo di Giocatori e confrontare i risultati con le indagini condotte negli anni precedenti (2008/2010/2012).

Lo studio ha contribuito, inoltre, a identificare le caratteristiche distintive dei Giocatori problematici, a definire i fattori più efficaci per le attività di prevenzione del gioco d’azzardo e a redarre un profilo socio-comportamentale dei Giocatori a rischio.

2. SVILUPPO DEI GIOCHI

In conformità agli European Responsible Gaming Standards di European Lotteries in tema di Gioco Responsabile, dal 2010 Sisal ha adottato GAM-GaRD, uno strumento in grado di elaborare una precisa valutazione del rischio sociale di ciascun nuovo gioco prima della sua introduzione sul mercato. L’obiettivo è quello di definire gli elementi e i criteri di protezione a tutela dei Giocatori e adottare le strategie utili a evitare eventuali rischi.

GAM-Gard è uno strumento creato dalla società GamRes che consente di esaminare la dinamica del gioco applicata allo sviluppo di strategie e strumenti efficaci a servizio del Gioco Responsabile. È stato sviluppato da un team di psicologi e ricercatori internazionali che analizza le caratteristiche strutturali del gioco (durata, vincite massime, cadenza delle estrazioni, etc.) e i suoi elementi (accessibilità dei luoghi di gioco, orari, etc.) in base a criteri elaborati e testati da un panel di esperti mondiali.

La valutazione del rischio per i giochi Sisal lanciati nel 2014 conferma i risultati positivi ottenuti nella precedente certificazione per quanto riguarda gli apparecchi da intrattenimento, le scommesse, i Casinò e Quick Games, Poker e Bingo, distribuiti sia sul canale fisico sia su quello online. Per quanto riguarda il comparto GNTN, anche il nuovo gioco VinciCasa, lanciato nel 2014, ha ottenuto la certificazione GAM-Gard.

3. FORMAZIONE DEL PERSONALE

I Dipendenti e il Management di Sisal vengono costantemente formati sul tema del Gioco Responsabile con programmi mirati e differenziati in base alla funzione aziendale. La formazione viene svolta in aula e online e prevede il coinvolgimento diretto di clinici esperti, l’utilizzo di materiali appositamente sviluppati da psicologi specializzati sul tema della prevenzione e della cura dal gioco patologico. Le sessioni di formazione si concludono con un questionario volto a verificare la comprensione dei partecipanti.

4. COINVOLGIMENTO DELLA RETE DISTRIBUTIVA

Sisal è impegnata a diffondere il Programma di Gioco Responsabile anche presso la propria Rete Distributiva, che svolge un ruolo fondamentale nel rapporto e nella comunicazione con i Clienti.

Dal 2013 l'Azienda ha reso obbligatorio per tutti i nuovi Ricevitori un corso sulla piattaforma di e-learning del portale dei ricevitori, con autotest finale.

Tutti gli Operatori del settore e i Giocatori vengono raggiunti da messaggi attraverso materiali informativi, forniti a tutti i punti vendita, dedicati al Gioco Responsabile, al divieto di gioco ai minori e ai rischi del gioco in eccesso. Il 2014 ha visto un maggiore coinvolgimento sul tema dei punti vendita gestiti direttamente da Sisal: le ricevitorie che hanno ricevuto il kit contenente i materiali e le vetrofanie con gli avvertimenti del rischio dipendenza e il divieto di gioco ai minori sono circa 3.300.

Sono stati inoltre inviati materiali relativi al Gioco Responsabile da apporre sugli apparecchi da intrattenimento AWP ed è previsto l'invio ai punti di nuova apertura delle modalità di utilizzo e collocazione del materiale ricevuto, oltre alla menzione della sanzione prevista in caso di mancata esposizione. Il materiale da utilizzare per l'affissione nei punti vendita in cui sono installati apparecchi comma 6a di proprietà è stato inviato a circa 41 nuovi Gestori AWP contrattualizzati con Sisal Entertainment.

Infine sono stati programmati corsi di formazione in materia di Gioco Responsabile rivolti al personale del Retail Gaming.

5. COMUNICAZIONE COMMERCIALE RESPONSABILE

Il 2014 è stato caratterizzato da un'intensa attività di comunicazione. Fra le più importanti campagne pubblicitarie si segnalano: il lancio del nuovo gioco GNTN VinciCasa, il lancio di "Sisal Live

Channel", il nuovo canale tv di Matchpoint dedicato alle scommesse live, e le campagne di supporto a Sisal Wincity.

Per tutte le attività di comunicazione è stata seguita rigorosamente la procedura di verifica e approvazione di tutti i messaggi pubblicitari che garantisce il rispetto delle norme e dei regolamenti in materia di Gioco Responsabile.

L'iter approvativo ha incluso i seguenti passaggi:

- Le agenzie Partner, già formate in merito alle tematiche del Gioco Responsabile, sono state aggiornate sulle novità regolamentari e sulle limitazioni entrate in vigore nel 2014.
- Ogni campagna di comunicazione è stata sottoposta a un doppio controllo legale per verificare il rispetto sia della normativa istituita nel 2012 ("Codice e principi di autodisciplina della comunicazione in materia di giochi con vincita in denaro" della Federazione Sistema Gioco Italia di Confindustria; art. 28 ter del Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale dello IAP – Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria), sia della più recente normativa istituita nel 2013 con il "Decreto Balduzzi".
- A ulteriore garanzia, tutti i nuovi messaggi pubblicitari sono stati sottoposti a un ulteriore grado di verifica da parte dell'Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria (IAP) che rilascia un parere preventivo in merito alla conformità del messaggio al Codice IAP e in particolare all'art. 28 ter che fa riferimento ai giochi.

Oltre all'applicazione di questa procedura, dal 2014 viene anche costantemente monitorata, per tutti i settori che lo richiedono, l'evoluzione della normativa regionale e comunale in materia di comunicazione commerciale dei giochi con vincite in denaro. In tal senso, si pone particolare attenzione alla comunicazione legata alle aperture delle sale Wincity.

Il rispetto di tutti i passaggi e dei contenuti previsti dai codici di condotta garantisce che il messaggio pubblicitario sia coerente con gli obiettivi di business (informare e promuovere i giochi e i servizi Sisal distinguendoli da quelli degli altri Operatori) e con gli obiettivi di Gioco Responsabile.

6. SENSIBILIZZAZIONE DEI GIOCATORI

Anche nel 2014 Sisal ha confermato il proprio impegno nella promozione e sensibilizzazione in tema di Gioco Responsabile, perfezionando l'informazione rivolta ai Giocatori e offrendo un gioco legale e sicuro in totale trasparenza.

INIZIATIVE SUL TERRITORIO

Il primo contatto di Sisal con i Clienti avviene attraverso la propria Rete Distributiva che svolge un ruolo fondamentale nell'educazione a comportamenti di gioco sicuri ed equilibrati.

Per l'Azienda è quindi importante dotare i punti vendita di adeguati strumenti di comunicazione in materia di Gioco Responsabile. Le informazioni sono quindi fruibili sugli strumenti di gioco, sui customer display e sugli allestimenti.

Strumenti di gioco. Gli strumenti di gioco presenti nei punti vendita contengono sia le caratteristiche e le regole del gioco sia le informazioni utili ad approfondire la conoscenza del prodotto, disponibili anche sul sito informativo del Concessionario (www.superenalotto.it) e sul sito dell'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli (www.agenziadoganemonopoli.gov.it).

Su tutti gli strumenti di gioco, così come sulle ricevute delle giocate, viene data ampia visibilità alla comunicazione dedicata al Gioco Responsabile, che comprende sia l'esplicitazione del divieto di gioco ai minori sia l'avvertimento circa i rischi provocati dalla dipendenza. Questi concetti sono riassunti nella frase "Il gioco è vietato ai minori e può causare dipendenza patologica" che accompagna in tutte le occasioni di comunicazione i loghi obbligatori:

- il logo dell'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli
- il logo "Gioco legale e responsabile"
- il logo "Gioca il Giusto"
- il logo +18
- il logo del Concessionario

Su tutti gli strumenti di gioco compare inoltre una tabella con l'indicazione relativa alle probabilità di vincita delle diverse categorie. Ove, per ragioni di

spazio, non sia stato possibile inserire questi dati è comunque sempre presente un chiaro rimando allo specifico sito web informativo dell'Azienda e al sito web dell'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli.

Customer Display. La maggior parte della Rete di punti vendita è dotata di terminali di ultima generazione provvisti di monitor, i cosiddetti Customer Display, che offrono la possibilità di comunicare direttamente con i Clienti.

Sui Customer Display vengono trasmessi in loop i video informativi e pubblicitari dei prodotti Sisal, così come i contenuti sul Gioco Responsabile. Fra questi assumono particolare rilevanza gli spot di Mister Gig, il divertente personaggio ideato nel 2010, che promuove il concetto di Gioco Responsabile educando i Clienti a un gioco moderato, consapevole ed equilibrato.



Allestimenti. La comunicazione dedicata al Gioco Responsabile trova ampio spazio anche su tutti i materiali di allestimento e comprende, come nel caso dei materiali di gioco, l'esplicitazione del divieto di gioco ai minori, l'avvertimento sul rischio della dipendenza e tutti i loghi obbligatori.

Inoltre, sono stati realizzati cartelli e vetrofanie ad hoc da esporre nel punto vendita per sensibilizzare i Giocatori sulle tematiche di Gioco Responsabile. Nel 2014 questi allestimenti sono stati inviati a tutti i punti vendita GNTN e inseriti nei materiali in dotazione delle nuove aperture.

INIZIATIVE IN AMBITO DIGITALE

In linea con gli obiettivi di prevenzione ed educazione del Giocatore, nel 2014 Sisal ha lanciato un progetto di comunicazione digitale: la serie web di Mr. Smart che promuove un approccio al gioco consapevole, utilizzando un linguaggio semplice, immediato e ironico. Nella serie, composta da 10 episodi, il protagonista, Mr. Smart, vive le iperboliche e tragicomiche conseguenze di un approccio al gioco irresponsabile e al tempo stesso gode i benefici di un gioco consapevole ed equilibrato.

L'utente viene coinvolto in prima persona ed è chiamato, in ogni episodio, a rispondere al quesito posto da Mr. Smart sul comportamento adottato, per poi ricevere il relativo riscontro rispetto alla bontà della decisione finale. L'interazione diretta con l'utente permette di coinvolgere attivamente lo spettatore per stimolare una riflessione sul proprio approccio al gioco e ispirare un comportamento responsabile ed equilibrato.

Tutti gli episodi della serie di Mr. Smart, disponibili su mistersmart.it, sono ispirati al "Decalogo del Giocatore Responsabile": 10 norme di comportamento che promuovono un approccio consapevole al gioco. Il decalogo è stato redatto con il supporto di clinici esperti ed è stato diffuso online e nei punti vendita. Queste le regole per il Giocatore Responsabile:

1. Il gioco per me è un divertimento: il gioco non è un modo per fare soldi.
2. Prima di giocare decido quanti soldi investire nel gioco: non gioco denaro necessario alla vita quotidiana, utilizzo solo somme che posso permettermi di perdere.
3. Non faccio debiti per giocare: se perdo, ac-



retto la perdita come un costo del divertimento. Non aggiungo altri soldi per recuperare le perdite.

4. Le tattiche sono inutili, non posso prevedere i risultati e sono consapevole che le probabilità di vincere sono basse.
5. Non mento sulle perdite e sulle somme spese per il gioco.
6. Decido quanto tempo della mia giornata dedicare al gioco e riesco facilmente a fermarmi o fare delle pause.
7. Il gioco non è la mia sola attività di svago: il gioco non mi toglie tempo per i familiari, amici, sport e hobby.
8. Non gioco dopo aver assunto alcol o droghe.
9. Non gioco quando mi sento solo, non gioco quando mi sento depresso e non mi sento depresso se non gioco.
10. Non penso al gioco in modo ripetitivo per tutta la giornata, anche se non sto giocando.

Inoltre, all'interno di tutti i siti internet dell'Azienda è presente la sezione "Gioca il Giusto" dove sono pubblicati:

- il "Decalogo del Giocatore Responsabile"
- i "Consigli utili per un Gioco Responsabile"
- la pagina con i contatti dei servizi di supporto al Giocatore
- il test di autovalutazione "Che giocatore sei?"

7. GIOCO A DISTANZA

Grazie a un focus particolare sul Consumatore e sul concetto di "intrattenimento sostenibile", Sisal si è distinta nel 2014 come Operatore che promuove uno stile di gioco responsabile.

Con l'obiettivo di garantire un gioco sicuro, Sisal ha costantemente sviluppato strumenti per fronteggiare l'utilizzo fraudolento di dati personali e carte di credito e prevenire possibili azioni di riciclaggio, garantendo un livello molto elevato di sicurezza per i siti web dell'Azienda.

Gli strumenti di controllo includono:

- un vero e proprio estratto conto con tutte le entrate e le uscite fino agli ultimi 3 mesi, disponibile all'interno della sezione "Il mio conto"

dell'area personale del Giocatore

- strumenti di autolimitazione, autoesclusione temporanea o di autoesclusione permanente del Giocatore

Il sistema di gestione dei conti di gioco online Sisal è stato certificato ai sensi delle "Linee Guida per la certificazione" (versione 1.1 del 7 giugno 2012), pubblicate dall'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli e da TST-GLI (Technical Systems Testing – Gaming Laboratories International). Le procedure di test TST-GLI assicurano la conformità dei giochi ai principi di trasparenza e correttezza nello svolgimento delle operazioni richiesti dalla legge. TST-GLI rientra fra gli organismi convenzionati con ADM per la verifica di conformità delle piattaforme di gioco e dei giochi a distanza.

Come previsto dal Decreto Legge, 13 settembre 2012, n. 158, sui siti dedicati vengono riportate le probabilità di vincita assegnate ai Giocatori per ciascuna tipologia di gioco.

Per evitare il gioco minorile anche a distanza Sisal effettua un accurato controllo dei dati anagrafici dei propri Clienti.



8. ASSISTENZA AL GIOCATORE PROBLEMatico

Sisal ha assunto l'impegno fondamentale di informare il Giocatore sui rischi associati a comportamenti di gioco in eccesso. Per questo l'Azienda offre un orientamento ai potenziali Giocatori problematici attraverso il servizio interno di Help Desk "Un aiuto sincero" e sostiene il servizio esterno specializzato "Gioca Responsabile", nato nel 2009 per iniziativa di FeDerSerD (Federazione Italiana degli Operatori dei Dipartimenti e dei Servizi delle Dipendenze).

IL SERVIZIO "GIOCA RESPONSABILE"

È un servizio nazionale gratuito, a cura di FeDerSerD, gestito da un team di professionisti. FeDerSerD è la più importante Federazione scientifica italiana specializzata nelle dipendenze patologiche e nei consumi problematici. Vanta 1.300 iscritti, professionisti dei Dipartimenti delle Dipendenze e dei SerT (medici, psicologi, infermieri, assistenti sociali, educatori) e di organizzazioni del privato accreditato.

"Gioca Responsabile" offre:

- assistenza e consulenza
- informazioni accurate sui rischi e sulle conseguenze del gioco problematico
- strumenti di autovalutazione
- terapia online gestita da un team di esperti in assoluta garanzia di anonimato
- indicazioni su possibili trattamenti presso i servizi territoriali

Gli obiettivi:

- Promuovere la conoscenza dei fattori di rischio e, quindi, offrire gli strumenti per evitarli.
- Fornire strumenti di cura anche a chi non si rivolge ai servizi sul territorio.
- Sostenere familiari e amici dei Giocatori per trovare risposte e soluzioni ai problemi causati dal gioco eccessivo.
- Offrire sostegno, consulenza (psicologica e legale) e cura a livello professionale.
- Orientare nella ricerca di servizi sociosanitari e assistenziali specifici per questo tipo di situazioni.

È possibile accedere al servizio attraverso: il numero verde 800.921.121, da lunedì a sabato, dalle 9.00 alle 22.00 (di notte e di domenica è attiva la segreteria telefonica), il sito giocaresponsabile.it e la chat del sito.

IL SERVIZIO "UN AIUTO SINCERO"

Sisal ha predisposto il servizio di Help Desk "Un aiuto sincero", disponibile 24 ore su 24 al numero verde 800.778.866, con operatore e/o con segreteria telefonica (a seconda degli orari), per offrire ai Giocatori informazioni sulle modalità di fruizione dei giochi e suggerimenti per un approccio moderato, nonché indicazioni sull'utilizzo degli strumenti di monitoraggio a disposizione e sui servizi di supporto specializzati.

Gli operatori vengono periodicamente formati e aggiornati sulle tematiche di Gioco Responsabile e sul fenomeno del GAP (Gioco d'Azzardo Patologico) da clinici esperti che forniscono le linee guida sulle modalità di approccio con i potenziali Giocatori problematici.

Il questionario anonimo di Sisal "Che giocatore sei?", disponibile anche su tutti i siti Sisal nella sezione Gioca il Giusto, è uno strumento fondamentale di autovalutazione, alla cui compilazione vengono invitati tutti i Giocatori in difficoltà. Sulla base dell'esito del test, gli operatori dell'Help Desk possono fornire i primi consigli, così come indirizzare al servizio di supporto specializzato esterno "Gioca Responsabile".

Un servizio di informazione e primo orientamento con segnalazione del supporto specializzato è disponibile anche attraverso la casella di posta giocailgiusto@sisal.it, gestita dalla CSR Unit di Sisal.

LE CERTIFICAZIONI INTERNAZIONALI

Nel febbraio 2014 Sisal ha ottenuto l'estensione dall'area dei giochi GNTN all'intera offerta di gioco di entrambe le certificazioni rilasciate dalle Associazioni internazionali European Lotteries (EL) e World Lottery (WLA) in materia di Gioco Responsabile.

Dal 2011 il Programma di Gioco Responsabile ideato e adottato dall'Azienda viene certificato ogni tre anni dalle Associazioni internazionali European Lotteries e World Lottery Association (al massimo livello, Level 4) che attestano l'adesione e l'implementazione di azioni nel pieno rispetto dei Responsible Gaming Standards. Il processo di certificazione impone una valutazione da parte di un revisore terzo.

EUROPEAN LOTTERIES (EL)

Associazione indipendente che riunisce le lotterie statali e gli Operatori di gioco europei ed è impegnata a contrastare il gioco illegale e a garantire un'offerta di gioco sostenibile. L'intero portafoglio di giochi Sisal è certificato.

WORLD LOTTERY ASSOCIATION (WLA)

WLA è un'organizzazione che rappresenta a livello mondiale i migliori Operatori di gioco e supporta le attività dei membri certificati, richiedendo un forte impegno a garanzia dei più alti standard di responsabilità aziendale, in particolare in relazione ai principi di Gioco Responsabile.



PREVENZIONE E CONTRASTO AL GIOCO ILLEGALE

Per garantire un gioco legale, sicuro ed equilibrato, oltre agli impegni assunti nel proprio Programma di Gioco Responsabile, Sisal collabora con le Associazioni di categoria per implementare e realizzare attività di contrasto al gioco illecito supportando attivamente gli Enti locali nell'individuazione di problematiche legate al settore del gioco potenzialmente rischiose per il territorio.

Nel 2014 l'obiettivo del lavoro svolto nell'ambito del Sistema Gioco Italia, la Federazione di filiera dell'Industria del Gioco e dell'Intrattenimento, è stato quello di evidenziare le maggiori criticità presenti oggi nel comparto del gioco e proporre soluzioni su quattro aree principali, adottabili attraverso lo strumento della Delega Fiscale.

1. **Interventi sul territorio** – Promuovere presso il Regolatore la necessità di regole uniformi e vincolanti per Regioni ed Enti locali. Presupposto essenziale è il potenziamento degli strumenti di prevenzione e controllo, nonché l'introduzione di forme di dissuasione e limitazione dell'offerta del gioco a tutela delle categorie di soggetti potenzialmente vulnerabili.
2. **Contrasto al gioco irregolare/illegale** – Contribuire insieme alle Istituzioni a diffondere la

conoscenza del grave problema della cosiddetta "rete parallela" del gioco e intensificare le attività di educazione al gioco legale e responsabile. In quest'ottica sono state proposte iniziative di contrasto alla frode sportiva (match-fixing), un fenomeno che alimenta la parte "sommersa" del mondo delle scommesse.

3. **Rafforzamento del controllo e del divieto del gioco ai minori** – Impegnarsi per una cultura e una pratica di gioco responsabile e per garantire il rispetto del divieto assoluto del gioco minorile.
4. **Contrasto al Gioco d'Azzardo Patologico (GAP)** – Promuovere azioni di contrasto al gioco problematico attraverso la comunicazione e la formazione. Sul fronte della comunicazione l'obiettivo è adottare in modo condiviso linee guida più stringenti per una promozione responsabile del settore, mentre sul fronte della formazione l'obiettivo è garantire una maggiore preparazione di tutti gli attori della filiera a supporto dei Giocatori. In quest'ottica, Sisal ha collaborato ad alcune ricerche per analizzare l'impatto sociale del gioco e trovare misure preventive sempre più idonee e in linea con gli altri Paesi europei.

LE ATTIVITÀ DI CONTRASTO AL MATCH-FIXING

Nell'ambito delle attività volte a garantire trasparenza e correttezza nel mondo del gioco e in quello, assai vicino, dello sport, nel 2014 Sisal ha contribuito al progetto IRIS (Institut de Relations Internationales et Stratégiques), nato dall'esigenza, promossa dalla Commissione Europea, di impostare e sviluppare piani di azione transnazionali a tutela dell'integrità sportiva, attraverso lo studio del fenomeno delle partite truccate (match-fixing) e della sua relazione con il mondo

delle scommesse nell'Unione Europea.

Per la realizzazione del progetto IRIS, assistito da European Lotteries (EL), Sisal è stata promotrice – insieme a Lottomatica, l'altro associato italiano di EL – delle iniziative svoltesi in Italia. Gli altri Partner del progetto sono: SportAccord, l'associazione delle federazioni sportive internazionali, ENGSO, organizzazione non governativa degli sport, e l'Università di Salford (UK).

LE GARANZIE PER I CLIENTI DEI SERVIZI

Il Gruppo Sisal garantisce al Cliente dei servizi un sistema di pagamento affidabile e certificato.

I terminali in dotazione ai punti vendita sono collegati in tempo reale al sistema centrale di Sisal che assicura la registrazione, nonché la consegna al Cliente di una ricevuta avente valore probatorio dell'avvenuto pagamento nei confronti dei Partner commerciali beneficiari dello stesso.

Sisal è dotata di un sistema di Disaster Recovery che garantisce il backup delle transazioni e la disponibilità dei dati di pagamento nel caso di criticità. Questo meccanismo assicura al Cliente di poter dimostrare in qualsiasi momento di aver effettuato il pagamento presso la

Rete SisalPay. Inoltre, a garanzia di un adeguato Sistema di Gestione della Sicurezza delle Informazioni, l'Azienda ha ottenuto la certificazione ISO/IEC 27001.

I servizi di pagamento di Sisal sono erogati attraverso Sisal Group S.p.A., Istituto di Pagamento autorizzato e vigilato da Banca d'Italia che garantisce la sicurezza e il rispetto degli standard internazionali a salvaguardia degli utenti. Presso tutti i punti vendita Sisal e sul sito SisalPay.it il Cliente può consultare in qualsiasi momento i documenti sulla trasparenza delle operazioni di pagamento e tenersi sempre aggiornato sulle condizioni economiche, sulle modalità di erogazione e su quelle di contestazione.

IL DIALOGO CON I CLIENTI

Sisal presta particolare attenzione allo sviluppo e alla continuità del rapporto e del dialogo con i propri Clienti attraverso le piattaforme digitali, che rappresentano oggi un canale di comunicazione privilegiato per instaurare un contatto diretto e real time. Per questo l'Azienda è impegnata a ideare e sviluppare soluzioni che ottimizzano l'esperienza dell'utente offrendo anche contenuti di approfondimento legati alla storia dell'Azienda e alle iniziative di Corporate Social Responsibility, interne ed esterne, del Gruppo.

I CANALI ONLINE

SISAL.COM

È il sito corporate aziendale, in continua evoluzione per creare una relazione solida con il pubblico e stimolarne la condivisione sui canali social. Grazie agli interventi realizzati nel 2014, Sisal.com si è aggiudicata la sesta posizione nella classifica webranking delle 43 aziende italiane 'non quotate' con la migliore comunicazione istituzionale

online. Si caratterizza per una navigazione semplice e intuitiva, che orienta l'utente attraverso il mondo Sisal partendo dalla struttura organizzativa del Gruppo e accompagnandolo alla scoperta dei Valori, dell'offerta e delle iniziative di sostenibilità sociale. Layout verticale, responsive design, contenuti video e gallery fotografiche costituiscono i principali strumenti utilizzati per rendere più interattiva e multimediale l'esperienza online.

SISAL.IT

È il portale dedicato ai giochi online di Sisal (concessione Sisal Entertainment GAD 15155): scommesse (da gennaio 2014 anche su eventi virtuali), concorsi a pronostico, poker, casinò, slot, Quick Games, Skill Games, SuperEnalotto, Vinci per la vita - Win for Life, EuroJackpot, Gratta e Vinci, Bingo e Lotto e 10eLotto. Le comunicazioni di Sisal.it sono di tipo sia informativo sia di cura e attenzione nei confronti del Giocatore. Il team di Customer Care è stato inoltre formato per fornire un'assistenza specifica rispetto alle esigenze delle diverse tipologie di Clienti.

SISALPAY.IT

È la piattaforma digitale per la gestione dei pagamenti personali (bollette, ricariche telefoniche, etc.), sviluppata per rispondere alle esigenze dei Clienti sempre più orientati verso modelli digitali e user-friendly. SisalPay.it integra una serie di servizi aggiuntivi, come l'archiviazione delle ricevute, semplificando la vita del Cittadino.

WINCITY.IT

È il portale informativo sui prodotti e servizi di Sisal Wincity. Offre agli utenti aggiornamenti sulle iniziative, gli eventi e le nuove aperture.

In qualità di Concessionario GNTN, Sisal gestisce **GIOCHINUMERICI.INFO** e **GIOCHINUMERICI.IT**. In particolare, il sito giochinumerici.info nel 2014 è stato completamente rivisto nella veste grafica e nell'architettura informativa, diventando il punto di riferimento online per tutte le informazioni sui giochi SuperEnalotto, VinciCasa, Eurojackpot, Win for Life e SiVinceTutto.

I CANALI SOCIAL

FACEBOOK

Aperta nel 2013, la pagina istituzionale Sisal su Facebook ha l'obiettivo di rafforzare la relazione fra l'Azienda e i propri Clienti. Nel 2014 questo canale ha proposto argomenti non direttamente collegati al business: dalla Corporate Social Responsibility alle iniziative aziendali per i Dipendenti, passando attraverso i grandi lanci di prodotto e gli eventi. La pagina corporate di Sisal si aggiunge alle pagine dei singoli prodotti che, nel 2014, sono state razionalizzate per essere sempre più efficaci e coinvolgenti. Nel 2014 le pagine del Gruppo (Sisal, SuperEnalotto, Vinci per la vita – Win for Life, EuroJackpot, VinciCasa, Sisal.it, SisalPay, Matchpoint, Wincity) hanno superato gli 800.000 fan.

LINKEDIN

Sisal ha inaugurato la sua presenza su LinkedIn nel 2013 con il duplice obiettivo di dialogare con i suoi Dipendenti e con i Professional con contenuti interessanti per entrambi i target. Grazie a questa strategia editoriale, nel 2014 la pagina Sisal è la

prima nel settore dei giochi in Italia per numero di follower.

YOUTUBE

Il Gruppo è inoltre presente anche su YouTube con un canale che raccoglie il patrimonio video prodotto dall'Azienda nel corso della sua storia.

TWITTER

Attivato il profilo corporate nel 2013, il 2014 è stato dedicato al potenziamento della community raggiungendo oltre 5.000 follower. Attraverso il canale Twitter l'Azienda dialoga con media e "influencer della rete" con un piano editoriale che privilegia contenuti istituzionali e rilancia eventi, come la presentazione del Rapporto di Sostenibilità, propone le interviste del Top Management, i progetti di innovazione, i riconoscimenti ottenuti a livello corporate.

STORYBOARD

Nato nel 2013, Storyboard, il blog corporate di Sisal, continua anche nel 2014 come spazio dedicato alla narrazione e all'approfondimento di temi che il Gruppo sente affini: innovazione, sostenibilità, smart working e i progetti al femminile. Il blog è focalizzato sui Valori di Sisal, attorno ai quali si sviluppano approfondimenti e interviste, e rappresenta uno strumento di costante aggiornamento per l'Azienda e per tutti coloro che si sentono vicini ai Valori del Gruppo.

IL CONTACT CENTER

È la principale struttura di supporto e assistenza al Giocatore, operativa 7 giorni su 7, 24 ore al giorno. Il Contact Center fornisce i seguenti servizi:

- informazioni sulle diverse proposte di giochi
- assistenza tecnica su applicazioni e client di gioco
- assistenza e informazioni sul conto di gioco
- informazioni sul Gioco Responsabile

L'attività di supporto e assistenza è gestita attraverso un numero telefonico dedicato (800.778.866), un fax e una casella mail specifici per area di gioco, esplicitati nei siti web dedicati.

LE PERSONE IN SISAL

L'APPROCCIO DEL MANAGEMENT

La Sostenibilità Sociale di Sisal si concretizza soprattutto nell'attenzione verso tutti i Dipendenti che contribuiscono quotidianamente alla creazione di Valore per l'Azienda. Il talento individuale e la ricchezza della diversità rappresentano i punti di forza del Gruppo Sisal. Per questo l'Azienda si impegna a valorizzare l'esperienza e sviluppare le competenze di tutti, a promuovere la cooperazione e lo scambio di conoscenze, affinché il lavoro sia fonte di soddisfazione e benessere per le Persone, oltre che driver essenziale per il successo dell'Azienda. Il processo di change management che Sisal ha sviluppato negli ultimi quattro anni si arricchisce di nuovi programmi e strumenti dove i Valori aziendali, definiti in maniera partecipativa, rappresentano le fondamenta di tutte le iniziative di "people strategy" e sono i driver dei processi di cambiamento.

L'IMPEGNO DI SISAL PER LE PERSONE

A causa delle dinamiche contemporanee, spesso complesse, difficilmente prevedibili e in costante ridefinizione, il cambiamento è il paradigma dominante con cui le Persone si confrontano quotidianamente. Parole come collaborazione, connessione, comunicazione, networking diventano allora il fondamento delle azioni e dei programmi che Sisal progetta e realizza per le Persone e con le Persone.

Gli strumenti social e web favoriscono la cultura collaborativa. In Sisal, una rete di gruppi interfunzionali che lavorano in una logica bottom-up promuovono percorsi in cui si confrontano, propongono idee nuove e condividono punti di vista per migliorare l'organizzazione. I processi HR si rinnovano continuamente e si basano sempre più su questi modelli partecipati che danno voce alla

forza creativa, al know-how, all'intelligenza delle Persone di Sisal.

Qui di seguito le iniziative e i progetti principali ideati e/o implementati nel 2014 dall'Azienda in collaborazione con i propri Collaboratori.

GREAT PLACE TO WORK (GPTW)

Nel marzo 2014 è stata realizzata la seconda indagine di clima GPtW. Anche in questa seconda tappa sono emersi in modo evidente gli aspetti fondanti della cultura Sisal: fiducia nella strategia aziendale, apprezzamento del livello di professionalità e della gestione aziendale, orgoglio per la capacità di raggiungere gli obiettivi, anche attraverso il lavoro di team, soddisfazione per il livello di responsabilità percepito dalle Persone.

Dopo il segnale di cambiamento dato dall'Azienda



Uomini
56%



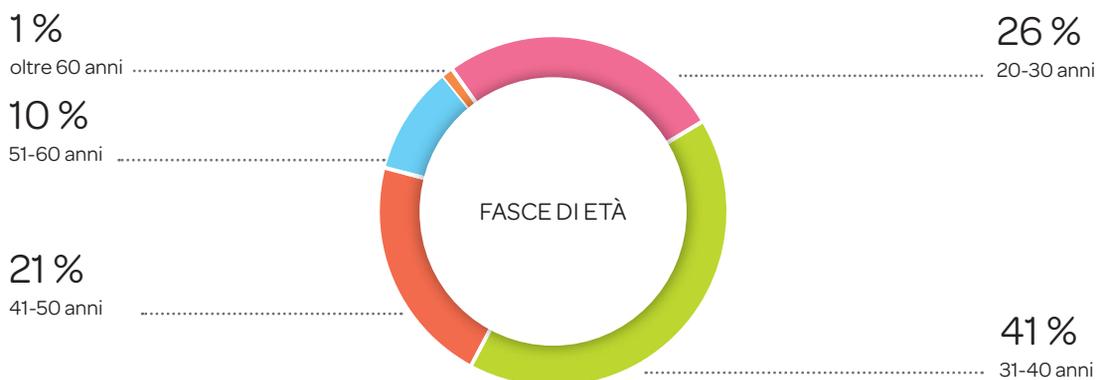
Donne
44%

CRESCITA OCCUPAZIONALE

	2012	2013	2014
	694	881	858
	881	1.068	1.109
TOTALE	1.575	1.949	1.967

+ 25%

ASSUNZIONI 2014



da nel 2012, è importante confermare questo impegno: le Persone chiedono maggiore coerenza e allineamento di tutta l'Azienda nella volontà di ottimizzare l'ambiente di lavoro. Sisal sta lavorando sulle aree di miglioramento identificate, che coincidono con quelle della prima survey (2013): comunicazione tra Responsabili e Collaboratori, applicazione del sistema meritocratico, chiarezza sulle opportunità di sviluppo professionale, attenzione alle esigenze personali (equilibrio work&life).

Da giugno a novembre 2014 a tutti i Dipendenti, e in particolare al Management, sono stati presentati i risultati della seconda survey. Senior e Middle Management hanno lavorato insieme per individuare le priorità d'azione emerse e per arrivare alla costruzione dei piani di miglioramento per il 2015.

Sono stati, inoltre, organizzati focus group interfunzionali con l'obiettivo di individuare interventi per rispondere alle esigenze di specifiche cate-

rie professionali. Questi piani d'azione sono stati presentati al Top Management per essere integrati nelle strategie di business per il 2015.

Anche nel 2014 il WoW Team, gruppo di Dipendenti volontari che si rinnova periodicamente, ha avuto un ruolo fondamentale nella promozione delle iniziative di miglioramento e nella comunicazione delle linee guida individuate dal Management.

JOB POSTING

Il Job Posting è una delle novità significative del 2014, un segnale di forte cambiamento e innovazione per Sisal. Il Job Posting nasce dalla volontà dei Dipendenti di avere uno strumento interno, accessibile a tutti tramite l'intranet WeSisal, per potersi candidare alle posizioni vacanti presenti in Azienda. Tra gli obiettivi del Job Posting:

- Dare priorità alle candidature interne rispetto alle opportunità professionali che si aprono in Sisal.
- Assicurare trasparenza nelle regole di apertura dei posti vacanti e nella gestione del rapporto con i candidati anche in fase di selezione.
- Fornire feedback chiari e rigorosi a tutti i candidati.
- Rafforzare la cultura manageriale.

Nell'ottobre 2014 sono state pubblicate le prime posizioni vacanti e già a inizio 2015 due risorse interne hanno assunto un nuovo ruolo professionale in Sisal.

PERFORMANCE MANAGEMENT

Il processo di valutazione delle performance è indispensabile per orientare lo sviluppo professionale delle Persone e per far coincidere gli obiettivi e le performance individuali con gli obiettivi strategici aziendali.

Nel corso del 2014 il sistema di valutazione della performance di Sisal, il Performance Dialogue, nato alla fine del 2013, si è sviluppato in termini di processo e contenuti grazie anche all'implementazione di soluzioni nuove della piattaforma informatica.

Performance Dialogue significa comunicazione e

formazione sui principi guida e i Valori Sisal e sulla responsabilità di ciascuno nel tradurli in comportamenti concreti ed efficaci. Significa attivare processi di feedback che accrescono la consapevolezza rispetto a ciò che le Persone sanno fare bene e ciò che possono fare meglio.

Sono stati realizzati diversi workshop con il Management dell'Azienda dedicati all'approfondimento del Performance Dialogue e alla condivisione degli aggiornamenti. Inoltre, per accompagnare i Responsabili, l'Azienda ha realizzato incontri formativi sulla gestione del colloquio di feedback, nell'ottica di favorire il confronto costruttivo e il dialogo tra Responsabile e Collaboratore.

Infine, per favorire la coerenza del sistema di valutazione impostato e garantire l'equità interna, nel 2014 sono stati costituiti i Comitati di Calibrazione. Top Management e Direzione Risorse Umane si sono incontrati per condividere i risultati emersi nel 2013, stabilire coerenza e oggettivazione delle valutazioni e impostare le linee guida di valutazione con l'obiettivo di condividere i criteri di misurazione sia delle competenze sia degli obiettivi.

ACADEMY MANAGERIALE

Questo progetto è nato alla fine del 2013, dopo l'individuazione dell'asset valoriale dell'Azienda. In base ai Valori Sisal sono state identificate le competenze chiave e i comportamenti che, nella pratica, traducono i Valori adottati dall'Azienda.

Indipendentemente da quale sia l'asset valoriale definito, per ottenere performance eccellenti e comunicare in modo chiaro i driver aziendali è necessario che questi Valori siano "agiti" quotidianamente e applicati a tutti i livelli. Il percorso che Sisal ha costruito per raggiungere questo obiettivo è stato suddiviso in 6 momenti formativi della durata di 12 giornate ciascuno.

Il primo modulo si è focalizzato sull'identità del ruolo e del significato di Manager, avendo come guida la Carta dei Valori Sisal. Gli altri moduli hanno lavorato ciascuno su un Valore aziendale e sui comportamenti collegati.

- Modulo 1. Essere Manager in Sisal
- Modulo 2. Self-leadership e performance
- Modulo 3. Manager Coach
- Modulo 4. Costruire e guidare la squadra
- Modulo 5. Innovare per crescere
- Modulo 6. Il Cliente come Valore

WISE – LEADERSHIP AL FEMMINILE

Il cantiere sulla professione, con la creazione e lo sviluppo di un percorso di formazione ad hoc per un gruppo di donne in Sisal, è stata l'iniziativa protagonista del 2014 per il progetto WiSe – Women in Sisal Experience.

Il percorso ha l'obiettivo di sostenere le partecipanti nello sviluppo di uno stile di leadership personale e non "omologato", efficace e coerente con le proprie inclinazioni e i propri Valori, in grado di garantire il benessere e nel contempo creare un clima inclusivo all'interno del sistema organizzativo.

Il percorso si basa sul senso di responsabilità e proattività individuale e sul concetto di inclusione e valorizzazione delle differenze, nello specifico tra codici maschili e codici femminili, intesi come due modelli diversi attraverso i quali si conosce la realtà, si costruisce la propria identità e si agisce.

Il percorso pilota del 2014 si è articolato in 4 moduli:

- Modulo 1. Leadership, self-efficacy, potenziamento delle proprie capacità di leadership
- Modulo 2. Leadership generativa e creatività
- Modulo 3. La comunicazione, le leve del consenso e della capacità di influenza
- Modulo 4. Le donne e il potere. La self-leadership

WELFARE

Il sistema di Welfare aziendale, nato nel 2013, è stato aggiornato nel corso del 2014 con un palinsesto vario e interessante. L'attenzione è sempre rivolta alle esigenze delle Persone in un'ottica di assistenza, cura e benessere, oltre che di equilibrio tra vita professionale e vita privata.

Nel 2014, in risposta alla survey GPtW, sono state introdotte due importanti novità sul tema Welfare:

Flexilife: Responsabili del nostro tempo!

La conciliazione fra vita privata e vita professionale rappresenta un importante fattore di innovazione culturale e di benessere. FlexiLife è un'opportunità introdotta da Sisal per favorire presso i Dipendenti un maggior equilibrio grazie a strumenti come orari meno rigidi, flessibilità della pausa pranzo e monte ore in aggiunta a permessi e ferie.

Easylife

È una piattaforma online a sostegno delle Persone in Sisal, ricca di servizi finalizzati a incrementare il loro benessere. EasyLife, che si amplia mese dopo mese per rispondere sempre meglio alle esigenze dei Dipendenti, offre servizi alla Persona – come abbonamenti di trasporto, consulenza legale, polizze assicurative, campus estivi, etc – con condizioni privilegiate e tariffe agevolate.

In ambito Wellness, Sisal ha organizzato (sia nella sede di Milano sia in quella di Roma), in collaborazione con esperti del settore fitness e benessere, sei seminari dedicati a tutti i Dipendenti sui temi dell'alimentazione e del benessere fisico.

Il Welfare aziendale contribuisce a una maggiore produttività e stimola la motivazione individuale. Sisal intende quindi promuovere anche nei prossimi anni iniziative rivolte a un miglior "work-life balance".

WESISAL

Nel corso del 2014 l'intranet WeSisal si è sviluppata in modo trasversale. Gli sviluppi tecnici e di contenuto sono stati apportati dal gruppo interfunzionale WeSisal Editors, nato appositamente per rappresentare ogni singola area di Sisal.

WeSisal è oggi più dinamico, aggiornato e completo ed è stato sottoposto anche a un lavoro di restyling per consentire una maggiore usability.

Nel 2014 è stato sviluppato all'interno dell'intranet anche uno strumento dedicato al Job Posting che consente ai Dipendenti Sisal di autocandidarsi alle posizioni aperte in Azienda. La pagina ha riscosso subito un grande successo, posizionandosi seconda come numero di accessi, dimostrando così il forte interesse dei Dipendenti ver-

so uno strumento interattivo che contribuisce alla crescita professionale.

In ambito formativo, invece, la biblioteca online Bookcorner si è arricchita di nuovi materiali, dedicati in particolare ai Valori aziendali: pillole flash interattive, ebook e flipbook, consultabili dalla propria scrivania e commentabili o valutabili at-

traverso la piattaforma di WeSisal.

Il 2014 ha segnato l'avvio di progetti importanti, particolarmente apprezzati dai Dipendenti, e il ruolo di WeSisal è sempre più rilevante per la diffusione delle iniziative aziendali, per il costante aggiornamento di tutti i Dipendenti e per la condivisione di commenti e proposte.



LA COMUNITÀ

L'APPROCCIO DEL MANAGEMENT

L'impegno di Sisal nell'ambito della Sostenibilità Sociale si è tradotto dal 2009 nella creazione di un Piano a lungo termine di Responsabilità Sociale rivolto alla Comunità in cui rivestono un'importanza fondamentale la pianificazione e la realizzazione di progetti in collaborazione con Partner qualificati. L'attenzione del Gruppo nei confronti della Comunità si realizza attraverso investimenti a supporto di progetti di sostegno al merito e al talento delle giovani generazioni e con iniziative dedicate alla cultura, all'arte, allo sport e alla ricerca scientifica che hanno anche l'obiettivo di rafforzare il legame di Sisal con il territorio.

L'IMPEGNO DI SISAL PER LA COMUNITÀ

Le aree strategiche del Programma CSR a sostegno della Comunità su cui il Gruppo Sisal ha concentrato i propri investimenti nel 2014 sono:

EDUCAZIONE E TALENTI

Progettazione di nuovi contesti, opportunità e modalità formative per lo sviluppo del talento.

ARTE E CULTURA

Progetti, manifestazioni, eventi, considerati occasioni di crescita relazionale e aggregazione sociale positiva.

SPORT

Attività che promuovono i valori positivi dello sport.

RETE SISAL PER LA RICERCA SCIENTIFICA

Campagne di solidarietà a sostegno della ricerca scientifica realizzate grazie al coinvolgimento della Rete Sisal.

ALTRI SOSTEGNI ALLA COMUNITÀ

Iniziative di charity e progetti con Partner attivi sul territorio.

Il Piano a lungo termine di Sisal nei confronti della Comunità nel 2014 si è ulteriormente qualificato attraverso un'attenzione specifica nei confronti del territorio. La territorialità è infatti parte integrante della storia e dell'agire di Sisal attraverso le oltre 45mila ricevitorie, che rappresentano vere e proprie "antenne" sul territorio.

Per questo motivo, nonché per l'attenzione di Sisal all'evoluzione delle strategie e pratiche di CSR a livello europeo sempre più orientate al coinvolgimento delle imprese nella definizione di strategie di innovazione sociale finalizzate all'incremento del benessere (wellbeing) delle Comunità, Sisal ha collaborato nel 2014 a un ampio studio sull'argomento, avvalendosi della competenza di un partner tecnico, KCity, specializzato nella costruzione di strategie integrate di rigenerazione urbana e progetti fondati sul coinvolgimento degli Stakeholder.



EDUCAZIONE E TALENTI

GOBEYOND

MASTER PUBLITALIA '80

ITALIACAMP

COLOR YOUR LIFE



ARTE E CULTURA

PICCOLO TEATRO DI MILANO –
TEATRO D'EUROPA

TEATRO OLIMPICO DI ROMA



SPORT

COMUNITÀ NUOVA ONLUS

FLORIAGAFIR 2000



RETE SISAL PER LA RICERCA SCIENTIFICA

AIRC

FONDAZIONE VIALLI E MAURO

TELETHON

ASSOCIAZIONE ITALIANA LOTTA
AL NEUROBLASTOMA

FONDAZIONE UMBERTO VERONESI



ALTRI SOSTEGNI ALLA COMUNITÀ

MAKE-A-WISH®

LILT

FIABA

FONDAZIONE NEAR

MEETING DI RIMINI

EDUCAZIONE E TALENTI

GOBEYOND

GoBeyond, il contest ideato e promosso nel 2014 da SisalPay per trasformare idee imprenditoriali in realtà di successo, è un'iniziativa che offre un sostegno unico e di alto valore aggiunto poiché molte idee, seppur originali e brillanti, non riescono a diventare imprese di successo spesso a causa del mancato supporto in fase di sviluppo del progetto.

L'iniziativa è sostenuta da Partner eccellenti, come il Gruppo Condé Nast, Google, RTL 102.5 e Wired.

GoBeyond è nato dalla volontà di incoraggiare e diffondere l'innovazione in Italia: insieme ai propri Partner, Sisal ha voluto contribuire con un'iniziativa concreta alla promozione di un "ecosistema", costituito dal finanziamento iniziale della start-up vincitrice ma anche dal supporto e dalla consulenza di un network di imprese, che valorizzi e accompagni le idee imprenditoriali affinché possano crescere trasformandosi in aziende di successo. Dai risultati ottenuti in questa prima edizione di GoBeyond emerge una fotografia dell'Italia molto positiva: spirito creativo, voglia di inventa-

re e di mettersi in gioco sono elementi presenti in molti degli aspiranti imprenditori, a cui spesso però mancano le competenze per emergere. Per questo SisalPay ha deciso di rinnovare il proprio impegno, lanciando GoBeyond 2.0.

GoBeyond è aperto a studenti, imprenditori, talenti giovani e meno giovani, e a chiunque abbia un'idea imprenditoriale innovativa e che desideri trasformarla in un'azienda. Per partecipare al contest, che non pone limiti al settore di riferimento del progetto, è necessario che l'idea sia:

- **innovativa**, quindi originale rispetto a quanto già noto e diffuso nella società contemporanea
- **utile**, che risponda a bisogni chiaramente individuabili
- **fattibile**, economicamente sostenibile nel tempo
- **scalabile**, in grado di generare un ritorno positivo per la comunità e il territorio italiani dove deve svilupparsi, restando tuttavia replicabile su scala internazionale

Per il progetto è stato ideato un sito dedicato dove sono pubblicate le informazioni relative alle modalità di partecipazione e approfondimenti su tutte le idee presentate, i tre progetti finalisti e i vincitori della prima edizione (www.gobeyond.info).

In occasione dell'annuale workshop SisalPay, che si è svolto l'11 giugno 2015 a Roma, è stato annunciato il nome del progetto vincitore della prima edizione di **GoBeyond**, che ha visto 219 idee presentate dagli aspiranti imprenditori.

Il progetto vincitore, premiato per **tecnologia**, **innovazione** e **forte impatto sociale** è **DbGlove di Nicholas Caporusso e Gianluca Lattanzi**. DbGlove è un innovativo guanto high-tech, che consente a persone cieche e sordo-cieche di utilizzare smartphone e tablet. Frutto di un lavoro di ricerca decennale, rientra nella categoria dei "wearable device". Dotato di una tastiera e un display sensibile al tatto, il guanto viene indossato sulla mano sinistra, si connette via bluetooth a smartphone, tablet e pc, consentendo agli utenti di scrivere testi e quindi interagire in modo efficace e diretto con gli altri tramite appositi sensori. DbGlove supporta sia il noto alfabeto Braille sia l'evoluto alfabeto Malossi. La lettura avviene ricevendo piccoli impulsi localizzati nelle aree della mano corrispondenti all'alfabeto, risultando straordinariamente più rapida rispetto ai sistemi tradizionali.

Tra le idee innovative proposte nella prima edizione, quelle a contenuto tecnologico hanno costituito la

parte prevalente. La giovane impresa vincitrice si muove in questa direzione, affrontando un problema socialmente rilevante con l'obiettivo di risolverlo in maniera innovativa ed efficace.

I vincitori si sono aggiudicati un premio iniziale di 50mila euro e potranno inoltre avvalersi dell'expertise di realtà d'eccellenza quali Google, il Gruppo Condé Nast, RTL 102.5 e di una rete di partner selezionati (Alkemy, Blink Agency, Gruppo Prospecta, MY PR, Roland Berger, Studio Legale Mazzei) che per sei mesi accompagneranno il percorso di crescita della giovane impresa.

"Fare impresa in Italia oggi – spiegano con soddisfazione Nicholas Caporusso e Gianluca Lattanzi, ideatori del progetto vincente – significa abbracciare la sfida del 'si può fare' lanciata da SisalPay con questo progetto: credere con coraggio nella forza della propria idea e spesso dover fare i conti con difficoltà strutturali, talvolta difficili da superare. Siamo davvero felici per questo importante traguardo e ringraziamo SisalPay e la giuria per aver creduto nell'innovazione e nella forza del nostro progetto. Questa vittoria, oltre a essere un motivo di grande soddisfazione per noi, crediamo possa essere uno stimolo per il Sistema Italia e per comprendere quanto la tecnologia possa essere al servizio della collettività, soprattutto qualora intercetti un bisogno oggettivo e risolva un problema reale".



Gianluca Lattanzi e Nicholas Caporusso, gli ideatori del progetto vincente della prima edizione di GoBeyond.

FONDAZIONE ITALIACAMP

La Fondazione ItaliaCamp, di cui Sisal è Socio Fondatore fin dalla sua nascita nel 2011, promuove e sostiene l'innovazione sociale e lo sviluppo di nuove risposte a domande reali, impegnandosi per colmare la distanza fra la nascita di un'idea e

la sua realizzazione. Gli obiettivi fondamentali di ItaliaCamp sono:

- Contribuire attivamente allo sviluppo di una diversa coscienza partecipativa attraverso un nuovo modello di coinvolgimento delle persone.
- Individuare e sostenere la formazione di nuove leadership individuali e collettive che possano

lavorare concretamente per il bene del Paese.

- Promuovere idee che mettano al centro il Cittadino, nel rispetto dei principi di sostenibilità sociale, ambientale ed economica.

Sisal ha confermato anche per il 2015 la partnership con ItaliaCamp, continuando a sostenere il progetto "Scuola d'Impresa". Il progetto, attivato con il supporto dell'Università Luiss Guido Carli di Roma, ha l'obiettivo di avvicinare il mondo universitario a quello del lavoro, offrendo ai laureandi la possibilità di realizzare progetti di tesi multidisciplinari focalizzati su tematiche che coniugano esigenze di studio e ricerca con quelle delle aziende. Sisal ha messo a disposizione dei laureandi la possibilità di approfondire il tema del gioco sostenibile. Durante la realizzazione del progetto Sisal svolge una funzione di coordinamento tramite la figura del tutor aziendale che segue il laureando a distanza o in Azienda.

MASTER PUBLITALIA '80

Sisal è particolarmente sensibile al tema della formazione accademica finalizzata ad avvicinare in modo concreto i giovani al mondo imprenditoriale. Il Master in Marketing, Comunicazione, Sales Management di Publitalia '80 è un progetto formativo che Sisal sostiene da molti anni nella consapevolezza che una preparazione specialistica è uno strumento indispensabile per aiutare i giovani a entrare nel mondo del lavoro e soprattutto a ricoprire posizioni manageriali.

Il corso si rivolge ai laureati che decidono di costruire il loro futuro professionale nei settori del marketing, trade marketing, sales e comunicazione. La finalità didattica principale è quella di sviluppare: capacità specialistiche e di pensiero strategico, una visione internazionale, il senso di responsabilità e lo spirito di iniziativa in situazioni di rischio e in un ambiente competitivo.

FONDAZIONE COLOR YOUR LIFE

Dal 2010 Sisal ha sostenuto Color Your Life, Fondazione di cui condivide la mission: "aiutare i gio-

vani a conoscere se stessi, a scoprire e valorizzare i propri talenti in campo artistico, scientifico e dei mestieri, valorizzando l'impegno e l'azione dei professori e dei dirigenti scolastici, offrendo ai giovani cultura e conoscenza e promuovendo una coscienza libera per essere bravi cittadini e leader di domani".

Giovani di talento, di età compresa fra i 13 e i 18 anni, possono partecipare ai COLORbandi, bandi di concorso su macro-temi definiti su cui ogni candidato può elaborare un'idea originale che valorizzi i propri sogni e le proprie passioni. I candidati realizzano un'autopresentazione e un progetto con la modalità che preferiscono: scrittura, audio, video, disegno e fumetto. Un Comitato Scientifico di esperti individua i più meritevoli, selezionandoli perché possano partecipare al COLORCampus, un'intensa esperienza di formazione da vivere nella cittadina di Loano sulla Riviera Ligure.

Con l'iniziativa "Prof. 10 e lode" – che consiste in un weekend gratuito in una città d'arte italiana – Color Your Life premia anche i docenti e i dirigenti scolastici che si sono distinti nel supportare i ragazzi durante la realizzazione dei loro progetti e che hanno contribuito alla diffusione dell'attività della Fondazione.



ARTE E CULTURA

PICCOLO TEATRO DI MILANO – TEATRO D'EUROPA

Il Piccolo Teatro e Sisal, Partner dal 2009, sostengono e promuovono occasioni di formazione sulla cultura teatrale, in particolare presso i pubblici più giovani. La volontà condivisa di sostenere un'aggregazione sociale positiva vede la sua concreta realizzazione in uno spazio dedicato, il Chiostro Nina Vinchi di via Rovello a Milano, di cui Sisal è Special Partner.

Dalla sua apertura nel 2010, il Chiostro del Bramante è diventato un luogo privilegiato d'incontro e socializzazione per giovani, studenti e appassionati di teatro: un importante spazio cittadino di aggregazione culturale. Il Chiostro ospita presentazioni di spettacoli del Piccolo Teatro, laboratori di approfondimento, letture, cicli di incontri a tema e mostre dedicate al mondo del teatro.

Alla fine del 2014, in vista del semestre Expo, il Chiostro – la cui missione internazionale è l'incontro e la condivisione fra arti e culture diverse – ha intensificato le attività per coinvolgere un pubblico sempre più numeroso di milanesi e visitatori.

Costruire condivisione di valori che nascono dalle differenze delle culture: questa è la funzione che il Piccolo, Teatro Pubblico, sente come propria missione culturale. Su questa sintonia sono nati sei anni fa l'incontro e la proficua collaborazione con Sisal.

Milano, attraversata dal mondo, dalle lingue, deve sempre più diventare luogo di confronto, di incontro, non solo per intercettare i cambiamenti, ma per ritrovare se stessa, per ricostruire un'idea di cittadinanza di "valore pubblico", motore di democrazia e di sviluppo. La riapertura al pubblico del Chiostro Nina Vinchi ne è esempio di straordinario successo: riaprire la memoria al futuro della città. Basta passare in un giorno qualsiasi da "via Rovello 2" per sentire, vivere tante lingue del mondo, sia per le iniziative di spettacolo condivise

con Sisal, sia semplicemente per vivere un luogo bellissimo al solo scopo di incontrarsi, scambiarsi opinioni, riscoprire la bellezza, tenuta troppo a lungo nascosta, di una architettura bramantesca vissuta da tanti giovani, da tanti visi del mondo.

Era naturale dunque che per il semestre Expo la "quarta sala" del Piccolo, il Chiostro Nina Vinchi, divenisse il luogo per l'incontro di culture, perché i cittadini di Milano ritrovassero la propria identità che non può che essere "aperta al mondo", alle opportunità e alle responsabilità che, con Sisal, vogliamo continuare a condividere.

Sergio Escobar

Direttore Piccolo Teatro di Milano - Teatro d'Europa

"A teatro con Sisal" è l'iniziativa ideata insieme al Piccolo Teatro per tutte le Persone Sisal che amano il teatro. I Dipendenti hanno l'opportunità di partecipare, durante la stagione teatrale, a incontri di presentazione degli spettacoli, guidati dai protagonisti del cast o da operatori culturali, nel Caffè Letterario del Chiostro di via Rovello. Questa proposta è parte del programma di Welfare aziendale e rientra in particolare – grazie alla promozione di momenti di socialità e di fruizione del tempo libero – nelle attività promosse per bilanciare la sfera privata e quella lavorativa dei Dipendenti.

TEATRO OLIMPICO DI ROMA

L'Arte e la Cultura rappresentano due aree importanti del Piano d'intervento di Sisal nei confronti della Comunità. Per questo l'Azienda, attraverso il marchio VinciCasa, ha sostenuto, per il secondo anno, la stagione teatrale del Teatro Olimpico di Roma che, nato negli anni '30, si dedica da più di settant'anni alla musica, alla danza e allo spettacolo.

Pagina accanto: Il Piccolo Teatro di Milano - Teatro d'Europa e il Chiostro Nina Vinchi di cui Sisal è Special Partner dal 2010.

© Alessia Santambrogio



SPORT

COMUNITÀ NUOVA ONLUS

Da molti anni Comunità Nuova Onlus ha avviato sul territorio della provincia di Milano, Monza e Brianza, Brescia e Catania diversi progetti e interventi che hanno l'obiettivo di valorizzare lo sport come ambito sociale aggregativo e come strumento educativo e di crescita in particolare per i giovani.

Nel 2014 è proseguita la partnership tra Sisal e Comunità Nuova Onlus con il sostegno al progetto "lo tifo positivo". Gli episodi di tifo violento sono concentrati soprattutto negli sport di squadra e in particolare nel calcio. In Italia, dove il problema sembra peggiorare di anno in anno, si discute sulle possibili soluzioni da adottare: c'è chi sostiene un'azione di dura repressione del fenomeno e chi invece suggerisce un sorta di dialogo. Con il progetto "lo tifo positivo", ispirato alla figura e all'opera del grande giornalista sportivo Candido Cannavò, si intende proporre una terza via centrata sulla formazione di una "cultura della sportività" nelle giovani generazioni, attraverso una serie di azioni educative volte alla prevenzione del tifo violento. Il progetto ha come obiettivo strategico quello di restituire al "gioco più bello del mondo" la sua dimensione, appunto, di gioco, di evento sociale, di divertimento e di sport.

Il progetto ha quali obiettivi specifici:

- educare al rispetto reciproco e alla tolleranza

- proporre i valori dello sport come principi ispiratori delle relazioni umane
- ridimensionare il fenomeno "tifo" ai soli luoghi e tempi dello sport
- promuovere un modello di tifo sostenibile

Ai ragazzi, di età compresa tra i 9 e i 13 anni, viene proposto un itinerario formativo strutturato con una serie di incontri per favorire una maggiore consapevolezza del tema trattato con conseguenti benefici rispetto alle scelte che saranno chiamate a compiere come adulti e come futuri tifosi.

FLORIAGAFIR 2000

L'Associazione FloriaGafir 2000 è un gruppo sportivo dilettantistico, attivo sul territorio di Firenze, dedicato all'insegnamento della pratica sportiva del calcio ai bambini e ai giovani dai 5 ai 30 anni, con il coinvolgimento di oltre 300 giocatori e 1.600 familiari.

Nel 2014 Sisal ha deciso di sostenere l'iniziativa "FloriaGafir - La cultura della sportività". Obiettivo del progetto è la rivalutazione del concetto di sport che, oltre a essere un'attività ludica, svolge un importante ruolo educativo per i ragazzi, coniugando divertimento e valori sociali. Il Comune di Firenze ha patrocinato il progetto, sottolineando così l'importanza sociale dei valori insiti nell'iniziativa.



LA RETE SISAL PER LA RICERCA SCIENTIFICA

Da molti anni Sisal mette a servizio della solidarietà la propria Rete di ricevitorie per raccogliere fondi principalmente a supporto della ricerca scientifica contro malattie gravi. Anche per il 2014 le risorse raccolte attraverso la Rete Sisal, a cui si è aggiunta un'iniziativa promossa dai Dipendenti, sono state significative: circa 120.000 euro.

AIRC

Sisal ha deciso di affiancare per il quindicesimo anno AIRC (Associazione Italiana per la Ricerca sul Cancro) in occasione dell'iniziativa di piazza "Azalea per la ricerca" con l'obiettivo di sostenere la ricerca per la cura del cancro diffondendo una corretta informazione sui risultati e le prospettive di cura.

Nelle ricevitorie Sisal, dal 5 al 31 maggio 2014, è stato possibile effettuare sia donazioni attraverso le schede SuperEnalotto e Quick Pick da terminale, sia donazioni libere disgiunte dal gioco.

Totale raccolto: € 27.800

TELETHON

Per il decimo anno consecutivo Sisal ha confermato la sua partnership con Telethon a sostegno della ricerca sulle malattie genetiche, coinvolgendo le ricevitorie della propria Rete in una gara di solidarietà. Dal 17 novembre al 30 dicembre 2014 è stato possibile sostenere la campagna di raccolta fondi Telethon con donazioni libere disgiunte dal gioco o con la speciale scheda Telethon SuperEnalotto.

I fondi raccolti hanno consentito a Sisal di continuare a sostenere due importanti progetti di ricerca: "Valutazione di un approccio di terapia genica con cellule staminali per il trattamento della sindrome di Hurler" e "Ruolo dei fattori epigenetici nell'identità delle cellule staminali e nei processi di rigenerazione tissutale".

Anche quest'anno Sisal ha sostenuto Telethon con una campagna di comunicazione diffusa attraverso i propri punti vendita, i siti web e tramite SisalTV, circuito presente nelle ricevitorie.

Totale raccolto: € 27.300

Inoltre Sisal, per rafforzare il proprio impegno a favore di Telethon, ha voluto donare 35.000 euro in occasione del Natale, un gesto concreto a favore della ricerca.

FONDAZIONE UMBERTO VERONESI

Nel 2014 Sisal ha confermato il proprio sostegno alla Fondazione Umberto Veronesi, mettendo a disposizione per un mese la propria Rete di ricevitorie.

Da 12 anni la Fondazione Umberto Veronesi investe energie e fondi nel sostegno alla ricerca scientifica attraverso progetti all'avanguardia e borse di ricerca a giovani medici e scienziati. Le aree di ricerca fondamentali sono oncologia, neuroscienze, cardiologia e attività di prevenzione. Una particolare attenzione è rivolta alla lotta contro il tumore al seno.

Dal 15 settembre all'11 ottobre 2014, in tutte le ricevitorie Sisal è stato possibile sostenere il progetto "Utilizzo della biopsia ai linfonodi sentinella dopo chemioterapia neoadiuvante nel cancro al seno", effettuando donazioni con SuperEnalotto, schede dedicate o con donazioni libere disgiunte dal gioco.

Totale raccolto: € 18.200

FONDAZIONE VIALLI E MAURO

Dopo aver effettuato per due anni consecutivi, con il supporto promozionale della Fondazione Vialli e Mauro, un'attività di raccolta fondi a sostegno di AriSLA (Fondazione Italiana di Ricerca per la SLA - Sclerosi Laterale Amiotrofica), nel 2014 Sisal ha deciso di finanziare un progetto di ricerca sul

cancro e sulla SLA direttamente sostenuto dalla Fondazione Vialli e Mauro, realizzando un’iniziativa di raccolta fondi con il prodotto SuperEnalotto.

Sisal ha messo a disposizione la sua rete telematica per un intero mese: dal 9 giugno al 5 luglio 2014 è stato possibile effettuare donazioni attraverso giocate da terminale dedicate e donazioni libere disgiunte dal gioco.

La mission della Fondazione Vialli e Mauro è quella di effettuare donazioni costanti nel tempo ad associazioni a sfondo sociale ed enti caritatevoli o di ricerca medico-scientifica attraverso progetti mirati, specifici e concreti.

L’intera somma ricavata ha contribuito al finanziamento di un posto di Ricercatore in Neurologia presso la Facoltà di Medicina e Chirurgia dell’Uni-

versità degli Studi di Torino per l’attività di ricerca sulla SLA.

Totale raccolto: € 10.400

ASSOCIAZIONE ITALIANA LOTTA AL NEUROBLASTOMA

Anche i Dipendenti Sisal hanno voluto dare il loro contributo alla ricerca scientifica e in occasione della Pasqua hanno organizzato un banchetto per la vendita di uova di cioccolato solidali (“Cerco un uovo amico”). Il ricavato è stato devoluto all’Associazione Italiana Lotta al Neuroblastoma che dal 1993 è impegnata a sostenere la ricerca scientifica finalizzata alla cura del neuroblastoma e dei tumori pediatrici, con particolare attenzione ai tumori cerebrali.

Totale raccolto: € 1.700

ALTRI SOSTEGNI ALLA COMUNITÀ

MAKE-A-WISH®

Dal 2009 Sisal sostiene Make-A-Wish® Italia, associazione che ha l'obiettivo di realizzare i desideri dei bambini gravemente ammalati. Make-A-Wish® Italia è stata fondata nel 2004 per onorare la memoria di Carlotta Frontani, una bambina scomparsa per una grave malattia all'età di 10 anni. Sisal sostiene Make-A-Wish® Italia e i desideri dei bambini sia con un contributo economico sia destinando all'associazione premi non assegnati (iniziativa segnalata nel regolamento di concorso dei giochi).

FIABA

Per il sesto anno consecutivo Sisal, con il marchio SuperEnalotto e VinciCasa, ha sostenuto la "Giornata Nazionale Fiabaday per l'abbattimento delle barriere architettoniche". La campagna di sensibilizzazione è stata promossa dall'Associazione Fiaba, onlus che sostiene politiche finalizzate all'abbattimento delle barriere fisiche e culturali per un ambiente che sia veramente accessibile a tutti. La Giornata si è svolta sotto l'Alto Patronato del Presidente della Repubblica e con la collaborazione della Presidenza del Consiglio dei Ministri. "Diversità" e "accoglienza" sono i valori che hanno ispirato la campagna di sensibilizzazione Fiabaday 2014.

MEETING DI RIMINI

Sisal ha rinnovato per l'undicesimo anno consecutivo la propria presenza al Meeting di Rimini, che ha dedicato la 35a edizione al tema "Verso le periferie del mondo e dell'esistenza. Il destino non ha lasciato solo l'uomo". Come l'anno precedente, Sisal ha realizzato una grande ludoteca di 250 mq: il "SuperEnalotto Sisal Fun Village", un'area dedicata al gioco e rivolta ai più giovani. Sono state organizzate numerose attività creative e artistiche per stimolare la fantasia e trasmettere il messaggio che il gioco deve essere divertimento e socialità. Tra le novità: l'area "Painting & Writing" con due grandi lavagne sulle quali disegnare e di-

pingere con le mani, la "Giocattoleria" e un laboratorio creativo per trasformarsi nel personaggio dei propri sogni.

LILT

Il 23 ottobre 2014, in occasione della Campagna Nastro Rosa per la prevenzione del tumore al seno promossa da Lilt (Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori), Sisal ha sostenuto il concerto straordinario, tenutosi a Milano, de I Solisti Veneti, diretti da Claudio Scimone.

FONDAZIONE NEAR

La mission della Fondazione Near è il finanziamento di progetti sociali a beneficio delle Persone sul territorio, in particolare bambini e ragazzi, negli ambiti della sanità, della famiglia e dell'educazione. Sisal collabora con la Fondazione nella realizzazione di un temporary outlet all'interno dello spazio aziendale per promuovere un commercio "solidale", in linea con le iniziative Sisal di Corporate Social Responsibility legate al territorio.

LILT **AUDITORIUM**
Fondazione Cariplo

CONCERTO STRAORDINARIO
a favore della Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori
per la "Campagna Nastro Rosa"

I Solisti Veneti diretti da Claudio Scimone

23 Ottobre 2014 - ore 20.30
AUDITORIUM DI MILANO FONDAZIONE CARIPLO
Largo Gustav Mahler

Programma

<p>Antonio Vivaldi (1678 - 1741) • Concerto in F# in Sol minore per quattro violini, violoncello e archi dall'Opera Terza "L'Estro Armonico"</p> <p>Luca Deganì Chiara Parrini Francesco Comiso, Michelangelo Lentini, violini Giuseppe Barutti, violoncello</p> <p>Ugo Orlandi, mandolino • Concerto in La minore RV 419 per violoncello e archi Giuseppe Barutti, violoncello</p> <p>Pietro Antonio Locatelli (1695 - 1764) • Concerto in Re maggiore n. 12 nel 250mo anniversario della morte • Concerto in Re maggiore n. 12 "Il Labirinto Armonico" per violino e archi dall'Opera Terza "L'Arte del violino" Luca Deganì, violino</p>	<p>Girolamo Sallieri (1794 - 1838) • Introduzione e Variazioni per clarinetto e archi su un tema dell'Opera "Eduardo e Cristina" di Rossini Lorenzo Guzzoni, clarinetto</p> <p>Fryderyk Chopin (1810 - 1849) • Variazioni su un tema della "Ginevrata" di Rossini per ottavino e archi Clementine Hoogendoorn Scimone, ottavino</p> <p>Antonino Pasculli (1842 - 1924) • Simpatia ricordi della "Traviata" per piano e archi Piolo Grada, oboe</p> <p>Jean Baptiste Arban (1823 - 1889) • Variazioni sul "Carnivale di Venezia" per tromba e archi Roberto Rigo, tromba</p>
---	---



LA SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

IMPATTO

L'ambiente che ci ospita merita politiche e azioni concrete che lo salvaguardino, noi facciamo la nostra parte ogni giorno.

L'EDUCAZIONE AMBIENTALE NEL GRUPPO SISAL

L'APPROCCIO DEL MANAGEMENT

Sebbene Sisal operi in un settore a basso impatto ambientale, si impegna a monitorare e migliorare le proprie attività nella consapevolezza che uno sforzo sistematico e capillare di risparmio energetico e di contenimento delle conseguenze delle attività produttive può contribuire al miglioramento generale dell'Ambiente. Per questo Sisal ha avviato dal 2009 una serie di iniziative attraverso un programma di riduzione dei consumi cartacei, risparmio energetico, riduzione delle emissioni.

Sisal testimonia il proprio impegno nei confronti del rispetto ambientale attraverso specifiche iniziative, tutte accomunate dall'obiettivo di ridurre l'inquinamento e lo spreco di risorse. Tutti

i Dipendenti dell'Azienda sono quindi chiamati ad adottare comportamenti e atteggiamenti ispirati a una corretta ed equilibrata gestione delle risorse.

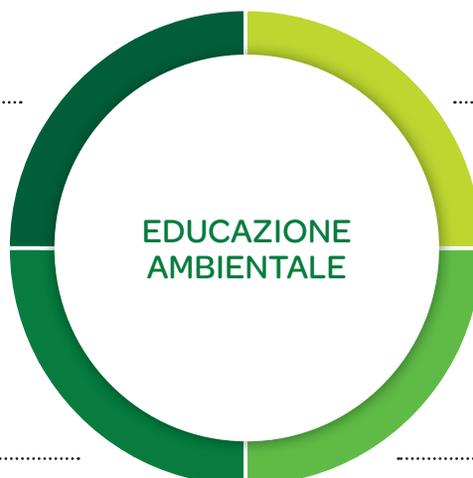
L'IMPEGNO DI SISAL PER L'AMBIENTE

RISPARMIO
ENERGETICO

RIDUZIONE
DELL'IMPATTO
AMBIENTALE

RACCOLTA
DIFFERENZIATA

RIDUZIONE
DEI CONSUMI



IL RISPARMIO ENERGETICO

Attraverso slogan come “Più attenzione – Meno illuminazione”, i Dipendenti sono sollecitati a mettere in pratica piccoli gesti quotidiani a partire dallo spegnimento degli apparecchi elettronici e delle luci del proprio ufficio prima di uscire dall’Azienda. Il personale dei servizi di pulizia e portineria ha inoltre contribuito a evitare ulteriori sprechi spegnendo le luci di uffici e aree comuni al termine del servizio.

Nel 2014 Sisal ha pianificato un’importante iniziativa che riguarda il rifacimento degli impianti di riscaldamento e raffrescamento. Oltre alla sostituzione degli impianti, cambierà la modalità di rifornimento degli stessi impiegando il gas metano con l’ausilio di risorse geotermiche. L’iniziativa porterà a un notevole risparmio energetico e alla diminuzione dell’impatto ambientale dovuto all’impiego di combustibili meno inquinanti. L’attività di rifacimento degli impianti comincerà nel 2015 e si concluderà entro il 2016.



LA RIDUZIONE DELL'IMPATTO AMBIENTALE

CERTIFICAZIONE FSC®

Dal luglio 2010 la Divisione Logistica Sisal ha rivisto il parco di tutti i propri Fornitori selezionando coloro che, garantendo un buon livello qualitativo e competitivo, avessero dimostrato una maggiore attenzione ambientale. Tutti i Fornitori di materiali da gioco della Logistica sono certificati FSC® (Forest Stewardship Council). Il marchio FSC® certifica la provenienza della carta da foreste gestite in maniera corretta e responsabile secondo rigorosi standard ambientali, sociali ed economici.

Dal 2012 tutti i rotoli di carta termica distribuiti da Sisal riportano sul retro, oltre al logo FSC®, anche la scritta "Carta rispettosa dell'ambiente e della salute", a testimonianza dell'impegno assunto dall'Azienda a favore dell'Ambiente.

FSC® è una ong internazionale, indipendente e senza scopo di lucro, che include fra i suoi membri gruppi ambientalisti e sociali, comunità indigene, proprietari forestali, industrie che lavorano e commerciano il legno, scienziati e tecnici che operano insieme per migliorare la gestione delle foreste in tutto il mondo.

Il Gruppo FSC® Italia è un'associazione nata nel 2001 e riconosciuta ufficialmente nel 2002 da FSC® International che si dedica a numerose attività, fra cui:

- la definizione di standard di buona gestione forestale conformi ai principi e ai criteri del FSC® International e adatti alle diverse realtà forestali del territorio italiano

- l'offerta di assistenza tecnica e approfondimenti sulla certificazione FSC®
- la promozione del marchio FSC® e la vigilanza ai fini del corretto uso del medesimo
- lo scambio di know-how e informazioni fra i soggetti coinvolti nella gestione forestale e nel settore della lavorazione del legno
- la promozione di studi e progetti pilota sui temi della gestione forestale sostenibile, della certificazione e del mercato dei prodotti forestali certificati.

MANTENIMENTO DELLE AUTO ELETTRICHE NEL PARCO AUTO AZIENDALE

Sisal ha in dotazione quattro auto elettriche, riservate ai Dipendenti per gli spostamenti di lavoro all'interno delle città di Milano e Roma. Queste auto non inquinano e possono circolare anche in caso di fermo del traffico. Fra i vantaggi vi è inoltre la circolazione gratuita nell'Area C a Milano e la sosta gratuita nei parcheggi a pagamento nelle zone con strisce blu a Roma. Le auto elettriche sono state impiegate dai Dipendenti per brevi spostamenti e per svolgere servizi quotidiani, nonché dai tecnici di manutenzione per effettuare interventi nelle zone a traffico limitato di Milano e Roma. Queste automobili hanno percorso complessivamente 30.000 chilometri evitando l'immissione di 3,5 tonnellate di CO₂.

ELIMINAZIONE DELLE BUSTE DI PLASTICA NELLA DISTRIBUZIONE ALLA RETE

Nel 2014, in un'ottica di maggior cura e attenzione

nei confronti dell'Ambiente, l'Azienda ha scelto di continuare a consegnare i materiali di gioco alle ricevitorie evitando l'utilizzo di buste di plastica. La Divisione Logistica Sisal ha quindi ulteriormente rafforzato il proprio impegno nel controllo e nella distribuzione dei materiali.

OTTIMIZZAZIONE DEI PROCESSI LOGISTICI

Sisal ha rivisto e riorganizzato i propri processi logistici al fine di ottimizzare le spedizioni ed eliminare le eccedenze di consumo in termini di consegne e ritiri dei materiali. Il processo di controllo e revisione di tutte le forniture e dei servizi logistici ha coinvolto un numero rilevante di possibili Fornitori presenti sul mercato e ha portato a stabilire nuove partnership.

L'attività di analisi e implementazione di tutti i processi logistici, iniziata nel 2010, è proseguita anche nel 2014 con l'obiettivo di un costante miglioramento.

I principali strumenti della revisione dei processi logistici sono:

- il calendario delle spedizioni nazionali
- la realizzazione di un nuovo modello logistico ottimale, progettato espressamente sulle necessità dell'Azienda
- il controllo costante e in tempo reale delle scorte presso le ricevitorie
- il tracking in tempo reale delle spedizioni
- la riduzione delle emissioni di CO₂

La Divisione Logistica Sisal adotta procedure di gestione delle movimentazioni che tengono costantemente sotto controllo l'impatto delle attività dell'Azienda sull'Ambiente.

UTILIZZO DEL PROGRAMMA STOCK STORE

Nel 2014 l'utilizzo del programma Stock Store, che gestisce il controllo delle scorte e dei riordini di materiali presso le ricevitorie, nonché il monitoraggio del consumo di carta, ha permesso di ottimizzare ulteriormente le spedizioni presso i punti vendita. Il sistema di logistica di Sisal prevede il raggiungimento di tutti i punti vendita della Rete Sisal una volta al mese (c.d. "Consegna Nazionale"), a cui si aggiungono spedizioni straordinarie per fronteggiare esigenze impreviste.

SCelta DI FORNITORI SOSTENIBILI

Anche nel 2014 Sisal ha utilizzato per la gestione dei propri servizi di ristoro l'Azienda Fri70, che ha conseguito la certificazione ambientale UNI EN ISO 14001 e adotta alcune pratiche virtuose a salvaguardia dell'Ambiente, fra le quali l'impiego di moduli fotovoltaici, l'utilizzo di automezzi e furgoni a metano (euro 5) e la scelta di distributori automatici a basso consumo energetico. In collaborazione con il Fornitore verranno riviste le strategie di impiego dei distributori allo scopo di rendere più efficiente l'erogazione e diminuire al contempo i costi di energia.

Nel 2014 si sono aggiunti nuovi Fornitori sostenibili nel settore della fornitura della carta e dei servizi per le stampanti multifunzione. Anche in questo caso è stato raggiunto un risparmio sui costi della carta, ma soprattutto è diminuita la quantità di carta a stock.

Nel 2014 Sisal ha inoltre avviato un'importante gara per la selezione di nuovi Fornitori di servizi di noleggio a lungo termine per le auto. L'obiettivo è ottenere un risparmio complessivo sui costi di gestione della propria flotta (310 auto al 31 dicembre 2014) rinnovando al tempo stesso i modelli di auto messi a disposizione dei propri Dipendenti. Particolare attenzione è stata data alla scelta delle tipologie di motorizzazione delle vetture e ai consumi delle stesse. La gara prevede la sostituzione, entro il 2015, di oltre 110 auto.

CERTIFICAZIONE "100% ENERGIA PULITA"

Sisal ha scelto di utilizzare energia proveniente da fonti rinnovabili e il suo impegno è stato premiato nel 2012 con il certificato di garanzia "100% Energia Pulita" rilasciato da Energetic Source, il Fornitore di riferimento. Inoltre, la Divisione Logistica Sisal ha avviato un progetto per invitare i propri Fornitori ad approvvigionarsi unicamente con energia rinnovabile. Il rapporto di fornitura con Energetic Source è proseguito nel 2014 assestando i consumi di energia intorno a 20 gigawatt. L'impiego di energia prodotta da fonti rinnovabili rispetto a quella prodotta tramite fonti convenzionali ha consentito di evitare l'immissione di circa 12.700 tonnellate di CO₂ in atmosfera.

LA RIDUZIONE DEI CONSUMI

Con l'obiettivo di evitare inutili stampe di materiale, l'Azienda ha predisposto un sistema interno di gestione delle stampanti multifunzione che riuniscono fotocopiatura, scansione e stampa.

Un server centrale raccoglie i documenti inviati alla stampa che potrà essere avviata solo se attivata dai Dipendenti inserendo le credenziali direttamente dalla tastiera dell'apparecchiatura. Se dopo alcune ore non viene inserita la richiesta di stampa, i documenti vengono cancellati automaticamente dal server.

Nel 2014 è stato avviato un programma di sostituzione delle stampanti multifunzione presenti presso le sedi di Milano, Roma, Peschiera Borromeo e Lecco. Il piano ha portato alla sostituzione di 29 stampanti multifunzione la cui moderna tecnologia ha consentito un maggiore risparmio di energia e una ottimizzazione sull'uso dei consumabili. Grazie alle tecnologie informatiche, le stampanti segnalano lo stato dei consumabili inviando le informazioni all'utente e al fornitore che provvede a recapitare il consumabile al momento giusto. L'implementazione di questo processo, insieme alla sostituzione delle stampanti, ha consentito di ottenere un importante risparmio sui costi copia e ha contribuito a usare le corrette quantità di consumabili. È stata inoltre attivata una campagna di delocalizzazione di documenti cartacei allo scopo di ottimizzarne la consultazione evitando inutili copie. A completamento di tali iniziative, Sisal prosegue il monitoraggio del mercato con l'obiettivo di individuare fornitori competitivi sia per quanto riguarda i costi sia le modalità di produzione della carta.

Sempre nel 2014 Sisal ha concordato la sostituzione delle stampanti multifunzione anche presso tutte le proprie sedi retail. I benefici che deriveranno dall'iniziativa saranno analoghi a quelli ottenuti per le sedi principali dell'Azienda. Il piano di sostituzione si svilupperà entro il triennio 2015/2018.

In Sisal riduzione dei consumi significa anche risparmio di carta. Con l'obiettivo di ridurre ulteriormente i consumi cartacei, nel 2014 è stato introdotto l'utilizzo della firma digitale per i contratti della Rete Distributiva. Il risparmio ottenuto è stato pari a 138.129 fogli di carta.

RIDUZIONE DEL CONSUMO DI CARTA TERMICA

La continua riorganizzazione dei flussi logistici e una più oculata gestione di spedizioni e consegne ai punti vendita hanno permesso il controllo e il giusto consumo di rotoli di carta termica utilizzati dai terminali da gioco Extrema, Leonardo, Microlot e Xpos. Il consolidamento dei processi ha permesso per il 2014 il mantenimento del consumo di carta termica registrato nel 2013. A ciò si aggiunge la scelta di Sisal di selezionare come Partner solo quei Fornitori di carta termica che garantiscono e certificano l'assoluta assenza di bisfenoli (in particolare di bisfenolo A) in tutti i processi di produzione.

SGRAMMATURA DEI BIGLIETTI GIOCA FACILE

Anche nel 2014 Sisal ha confermato l'impegno nella riduzione del consumo di carta nei punti vendita attraverso la diminuzione della grammatura delle schede Gioca Facile.

LA RACCOLTA DIFFERENZIATA

In tutte le sale ristoro e nelle aree vicino alle stampanti sono stati collocati contenitori per la raccolta differenziata di vetro, plastica, alluminio e carta. Presso la sede di Roma, inoltre, in collaborazione con la Società di smaltimento AMA, sono stati realizzati incontri specifici per la formazione dei Dipendenti e degli addetti alla pulizia dei locali dell'Azienda. AMA ha anche fornito contenitori "ecobox" che sono stati installati secondo le indicazioni ricevute. La collaborazione e il coinvolgimento delle Persone sono stati rilevanti: i Dipendenti di Sisal hanno dimostrato grande attenzione nei confronti della raccolta differenziata.

Presso le sedi di Milano, Roma, Peschiera Borromeo e Lecco sono state avviate le attività di raccolta differenziata che riguardano i consumabili esausti. In corrispondenza di ciascuna stampante multifunzione è stato posizionato un apposito contenitore per lo smaltimento. I Dipendenti sono tenuti a seguire le disposizioni date in materia, mentre i Servizi Generali si occupano della verifica dello stato dei contenitori e della gestione della raccolta dei contenitori.

Il corretto smaltimento dei rifiuti è uno degli ambiti principali in cui l'Azienda e i suoi Dipendenti concretizzano l'impegno verso l'Ambiente.



LA SOSTENIBILITÀ ECONOMICA

IMPULSO

Contribuiamo alla crescita del Paese operando con chiarezza e rigore, migliorando le nostre performance economiche anche a beneficio della collettività.

IL GRUPPO SISAL E I MERCATI DI RIFERIMENTO

L'APPROCCIO DEL MANAGEMENT

I risultati economici conseguiti dal Gruppo Sisal, nonché le strategie finanziarie dell'Azienda, fanno leva su un modello di sostenibilità economica che coniuga i risultati di business con le legittime aspettative di tutti gli Stakeholder con l'obiettivo di giocare il proprio ruolo di leader dinamico e responsabile nell'economia e nella società italiane. Per rispondere alla necessità di rinnovamento e di crescita, l'Azienda ha ideato un modello di sviluppo in grado di generare Valore duraturo nel tempo, investendo in tecnologia, diversificazione e arricchimento dell'offerta.

IL MERCATO DEI GIOCHI E DEI SERVIZI DI PAGAMENTO IN ITALIA: IL TREND 2010-2014

Il Gruppo opera in due mercati: il mercato dei giochi con vincite in denaro, ovvero l'offerta di gioco regolamentata dal Ministero dell'Economia e delle Finanze e dall'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli (ADM), e il mercato "aggredibile" dei servizi di pagamento, calcolato al netto delle domiciliazioni bancarie, che comprende il pagamento di bollette per utilities, tasse, multe, ricariche telefoniche e di carte prepagate.

Nel 2014 l'insieme dei due mercati raggiunge un valore di oltre 180 miliardi di euro, con un peso del mercato dei servizi aggredibile che supera il 53,3% del totale, in crescita del 2,4% rispetto al 2013.

Entrambi i segmenti mostrano una crescita positiva, anche se a tassi diversi. Il mercato dei servizi aggredibile presenta un tasso medio di crescita (CAGR) nel quinquennio in analisi (2010-2014) pari a 1,1%, mentre il mercato dei giochi raggiunge una crescita dell'8,5%, anche grazie all'introduzione, nel periodo considerato, di nuove tipologie di gioco (VLT, Poker cash, Slot online e Virtual Races) che hanno consentito un ampliamento dell'offerta e della platea di Giocatori.

I dati relativi all'anno 2014 sono basati su dati ufficiali ADM.

	2010	2011	2012	2013	2014	CAGR 2010/2014
Raccolta Lorda Mercato dei Giochi Totale*	60.891	79.671	88.270	84.425	84.255	8,5%
Mercato dei Servizi Aggredibile Totale	92.200	94.812	98.438	94.096	96.341	1,1%
Mercato Aggredibile	153.091	174.483	186.709	178.521	180.596	4,2%

Dati in milioni di euro

IL MERCATO DEI GIOCHI IN ITALIA: IL TREND 2010-2014

Come anticipato, la raccolta totale del mercato dei giochi cresce con un CAGR dell'8,5% grazie anche all'introduzione di nuovi giochi che, oltre a presentare un'offerta in linea con i gusti dei Clienti, hanno consentito un importante aumento del pay-out. Questa componente, che rappresenta quanto ritorna ai Giocatori sotto forma di vincita, ha assunto sempre maggiore importanza nel corso degli anni, con un CAGR 2010-2014 pari all'11,1%, dato decisamente più elevato della citata crescita della raccolta. Analizzando il peso nei diversi anni del pay-out, si nota che il suo valore è passato dal 72,1% nel 2010 al 79,5% nel 2014, raggiungendo un valore di quasi 67 miliardi di euro.

La spesa reale del pubblico, ovvero quanto gli Italia-

ni spendono effettivamente nel gioco, è data dalla differenza fra la raccolta e il pay-out. Nel periodo in esame cresce a un tasso dello 0,5%. Questa espansione risulta però una flessione se si focalizza l'attenzione sugli ultimi tre anni dove la spesa reale passa dai 18,0 miliardi di euro nel 2012 ai 17,1 del 2013 e ai 17,3 del 2014. La spesa reale determina la remunerazione della filiera, ovvero quanto viene destinato sia allo Stato sotto forma di prelievo erariale sia ai Concessionari e ai punti vendita.

Le tabelle che seguono evidenziano il valore erariale e il relativo peso percentuale calcolato sulla spesa reale degli Italiani. Nel 2014 il prelievo fiscale ha raggiunto il valore di 7,9 miliardi di euro, pari a 45,9% della spesa reale.

	2010	2011	2012	2013	2014	CAGR 2010/2014
Raccolta Totale*	60.891	79.671	88.270	84.425	84.255	8,5%
Pay out	43.912	61.739	70.269	67.273	66.954	11,1%
Spesa reale del pubblico	16.979	17.932	18.001	17.152	17.300	0,5%
Erario	8.750	8.592	8.013	8.155	7.941	-2,4%

	2010	2011	2012	2013	2014	CAGR 2010/2014
Raccolta Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	0,0%
Pay out	72,1%	77,5%	79,6%	79,7%	79,5%	2,5%
Spesa reale del pubblico*	27,9%	22,5%	20,4%	20,3%	20,5%	-7,4%
Erario	51,5%	47,9%	44,5%	47,5%	45,9%	-2,9%

Dati in milioni di euro

* Sono esclusi i dati relativi ai "Comma 7" (apparecchi da intrattenimento senza vincite in denaro).

Analizzando i diversi segmenti che compongono il mercato dei giochi, risulta che la crescita della raccolta lorda è essenzialmente imputabile agli ADI (CAGR +10,4%) e ai nuovi giochi online (CAGR +40,7%). Il comparto Scosse e CPS presenta un CAGR appena positivo (+0,2%), principalmente

grazie al lancio delle Virtual Races nel 2014 che hanno consentito di invertire il trend di calo della raccolta registrato nel triennio precedente. Il Bingo, invece, si presenta in diminuzione del 4,6% a causa di un mancato rinnovamento del prodotto nel corso degli anni.

	2010	2011	2012	2013	2014	CAGR 2010/2014
Lotterie	18.081	19.421	17.765	17.321	17.258	-1,2%
Scosse e CPS	6.228	5.294	5.007	4.652	6.285	0,2%
ADI	31.474	44.735	49.764	47.507	46.770	10,4%
Bingo	1.962	1.804	1.763	1.664	1.624	-4,6%
Skill, Card & Casinò Games	3.146	8.418	13.972	13.281	12.318	40,7%
Totale Mercato dei Giochi	60.891	79.671	88.270	84.425	84.255	8,5%

Dati in milioni di euro

La tabella seguente mostra l'andamento della spesa reale del pubblico per i diversi comparti. Come anticipato, questo valore raggiunge nel 2014 i 17,3 miliardi di euro con un CAGR, sempre per il periodo analizzato, positivo dello 0,5%. La raccolta lorda del mercato è stata trainata, come

già detto, da un costante incremento del valore del pay-out, ovvero delle vincite; ne deriva che l'incidenza della spesa reale del pubblico sulla raccolta lorda ha mostrato nel periodo di riferimento un trend in costante decremento passando da circa il 28% del 2010 a poco più del 20% del 2014.

	2010	2011	2012	2013	2014	CAGR 2010/2014
Lotterie	6.848	6.994	5.936	5.657	5.445	-5,6%
Scosse e CPS	1.408	1.340	999	1.025	1.199	-3,9%
ADI	7.749	8.595	9.985	9.374	9.632	5,6%
Bingo	594	569	578	622	580	-0,6%
Skill, Card & Casinò Games	380	434	503	474	444	4,0%
Totale Mercato dei Giochi	16.979	17.932	18.001	17.152	17.300	0,5%

Dati in milioni di euro

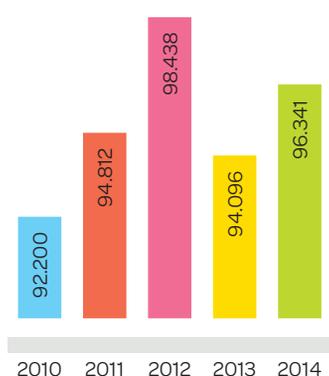
IL MERCATO DEI SERVIZI DI PAGAMENTO IN ITALIA: IL TREND 2010-2014

Il mercato dei servizi aggredibile, ossia l'ammontare complessivo pagato dagli Italiani al netto delle domiciliazioni bancarie, raggiunge nel 2014 i 96,3 miliardi di euro di raccolta, presentando

un valore in aumento del 2,4% rispetto all'anno precedente, dovuto principalmente a un maggior numero di pagamenti e di servizi finanziari richiesti.

CAGR 2010 - 2014

+1,1%



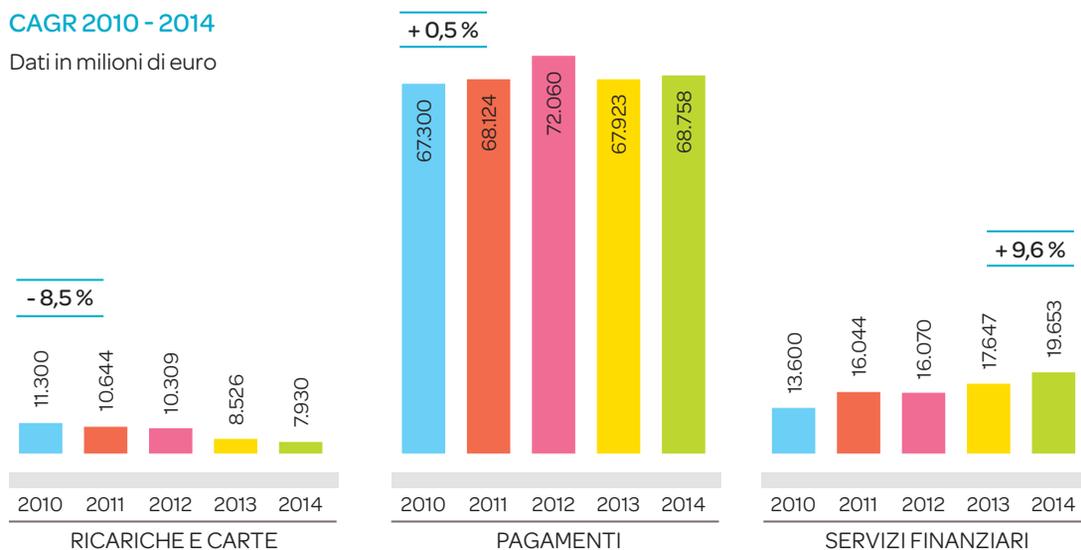
Dati in milioni di euro

Analizzando i diversi segmenti del mercato dei servizi, è evidente la maggiore importanza acquisita dal comparto dei pagamenti di bollette e bollettini. Nel 2014, infatti, supera i 68,7 miliardi di euro di raccolta, con un CAGR 2010-2014 dello 0,5%. La riduzione del valore complessivo del mercato dei servizi nel 2013 è dovuta alla temporanea eliminazione della tassa sugli immobili di proprietà, imposta reintrodotta nel 2014. Il segmento delle ricariche, invece, sembra aver raggiunto la sua maturità

con quasi 8 miliardi di euro di raccolta e un CAGR in diminuzione dell'8,5%. Tale contrazione è dovuta alla forte politica di diminuzione delle tariffe telefoniche applicata da tutti gli Operatori a partire dal 2013. Altro comparto in evidenza è quello dei servizi finanziari (ricariche di carte di debito) che in termini di volumi raggiunge i 19,6 miliardi di euro di raccolta e presenta un CAGR pari al 9,6%, diventando di fatto il segmento più importante in termini di crescita potenziale.

CAGR 2010 - 2014

Dati in milioni di euro



I RISULTATI ECONOMICI

Il forte legame fra innovazione e crescita ha trasformato l'Azienda in un Gruppo diversificato che opera nel mercato dei giochi e in quello dei servizi di pagamento.

Con particolare riferimento al mercato dei giochi, la presenza del Gruppo si è nel tempo diversificata e consolidata nella maggior parte dei comparti esistenti: dai prodotti tipicamente di ricevitore, i giochi numerici a totalizzatore nazionale (GNTN), agli apparecchi da intrattenimento (Slot e VLT) che si stanno affermando in modo crescente in punti vendita che integrano *gaming ed entertainment*, sino ai principali prodotti di gioco online il cui peso sul mercato è passato dal 2,5% del 2007 al 17,2% del 2014.

Nel 2014 il mercato dei giochi legali in Italia ha registrato una raccolta complessiva di circa 84,2 miliardi di euro con un decremento di circa 170 milioni di euro (-0,2%) rispetto al 2013 (84,4 miliardi circa) e un fattore di crescita medio nel periodo 2010-2014 di circa 8,5%. Tale risultato, pur in presenza del leggero calo registrato nelle ultime due annualità, mantiene il settore in una posizione di assoluta preminenza nel contesto economico del Paese, sebbene, scomponendo il valore di raccolta nelle diverse componenti, si può notare come il pay-out, ovvero la frazione della raccolta che torna ai Giocatori sotto forma di vincite, è passato dal 68,2% nel 2007 al 79,5% nel 2014, raggiungendo un valore pari a 67 miliardi di euro. Tale significativo importo è tornato pertanto ai Giocatori sotto forma di vincite, grazie anche all'introduzione di giochi con pay-out sempre maggiori, fino ad arrivare ai nuovi giochi online che presentano pay-out intorno o addirittura superiori al 97%. Di

conseguenza, la spesa reale del pubblico, definita come differenza fra la raccolta complessiva e le vincite erogate, è sostanzialmente rimasta invariata nel periodo 2010-2014, avendo fatto registrare una crescita nel biennio 2010-2011 (grazie ai significativi tassi di incremento della raccolta complessiva) e una successiva contrazione nel periodo 2012-2014.

Complessivamente, nel corso del 2014, il Gruppo Sisal ha raccolto 13,9 miliardi di euro (+4,7%) grazie all'ulteriore crescita del comparto servizi (circa 6,8 miliardi +9,9%) a fronte di una raccolta del comparto gioco rimasta sostanzialmente in linea con quella dell'anno precedente (circa 7 miliardi di euro).

I ricavi consolidati ammontano nel 2014 a 820.978 migliaia di euro, in aumento del 6,3% rispetto ai 772.337 migliaia di euro del 2013.

Nella tabella che segue vengono riassunti gli altri principali dati economico-reddituali e la loro dinamica nell'ultimo biennio, avendo sterilizzato, per quanto riguarda i dati di EBITDA e Reddito Operativo, alcuni oneri netti non ricorrenti e in particolare, per l'anno 2013, l'onere pari a 73,5 milioni di euro relativo all'istanza di definizione agevolata del contenzioso preesistente tra il Gruppo (e analoghe Società Concessionarie) e la Corte dei Conti (c.d. "contenzioso Slot") per presunti danni erariali nella implementazione e conduzione della rete degli apparecchi da intrattenimento.

	2014	2013	Variazione	%
Totale Ricavi e Proventi	820.978	772.337	48.641	6,3%
EBITDA Adjusted *	188.843	175.470	13.373	7,6%
Reddito Operativo Adjusted	75.468	69.998	5.470	7,8%
Risultato dell'esercizio	(999)	(98.805)	97.806	99,0%

Dati in migliaia di euro

* EBITDA sterilizzati costi e proventi non ricorrenti

Pur in presenza di un contesto economico generale caratterizzato ancora dal perdurare della stagnazione dei consumi, l'andamento della gestione nel corso del 2014 ha registrato un incremento di circa il 6,3% del totale dei ricavi e proventi del Gruppo, frutto del costante sforzo di ampliamento e diversificazione dell'offerta e delle politiche di controllo e ottimizzazione delle proprie strutture di costo. Anche grazie a questi sforzi è stato pertanto possibile consuntivare livelli di redditività lorda e operativa (sterilizzati gli effetti degli oneri non ricorrenti) in crescita rispettivamente del

7,6% e del 7,8% rispetto ai dati analoghi del 2013 che, congiuntamente a un'attenta gestione del capitale circolante aziendale, hanno consentito al Gruppo di sostenere un'ulteriore significativa campagna di investimenti finalizzata al rinnovo, ammodernamento e potenziamento delle infrastrutture sistemiche e tecnologiche per circa 47 milioni di euro, oltre a far fronte puntualmente alle proprie obbligazioni finanziarie, come testimoniato dal rispetto puntuale e sistematico dei parametri di garanzia (c.d. "covenants") previsti dai principali contratti di finanziamento in essere.

IL CONTRIBUTO DI SISAL ALLA FISCALITÀ GENERALE

La significativa dimensione del mercato dei giochi in Italia in termini di spesa reale del pubblico determina grandi benefici sulla finanza pubblica, anche se negli ultimi anni gli andamenti macro economici e di settore sopra citati hanno determinato una tendenziale, anche se contenuta, flessione del prelievo erariale. In particolare, nel 2014 le entrate erariali complessive derivanti dai giochi si sono assestate a circa 7,9 miliardi di euro con un tasso di decrescita medio negli ultimi 5 anni di circa il 2,7%.

Di questi 7,9 miliardi di euro, circa 1,0 miliardi di euro derivano dalla raccolta di giochi Sisal e di questi circa 0,5 miliardi sono relativi ai prodotti della famiglia GNTN (SuperEnalotto, Vinci per la vita - Win for Life, SiVinceTutto, EuroJackpot e dal 2014 VinciCasa), che sono fra i più amati e conosciuti dal pubblico e anche fra i più remunerativi dal punto di vista dei ritorni erariali.

Ogni settimana Sisal raccoglie dai punti vendita i flussi finanziari derivanti dalle attività svolte nella settimana precedente ed effettua i pagamenti sia all'Erario, sia ai Partner commerciali sulla base dei relativi regolamenti e accordi.

Per definire un quadro complessivo dei flussi finanziari derivanti dalla gestione dei giochi è necessario identificare i vari protagonisti: Gioca-

tori, punti vendita (ricevitorie, agenzie e negozi ippici e sportivi, sale giochi etc.), Concessionari, altri soggetti della filiera impegnati nella raccolta del gioco (i c.d. "Gestori" degli apparecchi da intrattenimento) e l'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli.

A fronte dei volumi di raccolta sopra indicati, il pay-out complessivo del mercato è risultato nel 2014 pari a circa l'81% della raccolta. Ai Giocatori sono stati quindi distribuiti in vincite circa 67 miliardi di euro rispetto ai circa 68 del 2013 (-0,7%). Il rimanente, pari a circa il 9,9% della raccolta al netto dei prelievi erariali, è andato alle Società Concessionarie e alla filiera di raccolta sul territorio.

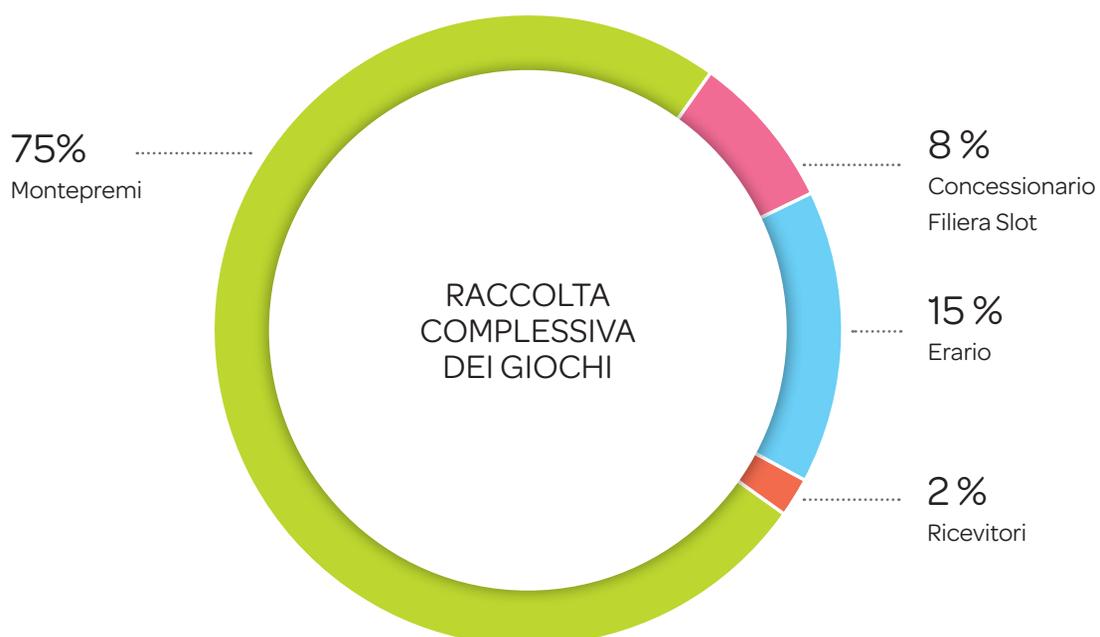
Con riferimento alle attività del Gruppo Sisal nel 2014, le voci da considerare sono:

- la raccolta, che è stata pari a circa 7 miliardi di euro
- le vincite complessivamente erogabili, che sono state pari a circa 5,3 miliardi di euro (poco più del 75% della raccolta, in leggera crescita rispetto al dato 2013 pari a circa il 74% della raccolta)
- i compensi liquidati alle Reti di raccolta sul territorio, pari a circa 0,1 miliardi di euro
- i compensi riconosciuti alle Società Concessionarie del Gruppo, pari complessivamente a circa 0,6 miliardi di euro (inclusivi, per quanto ri-

guarda la raccolta del gioco lecito tramite apparecchi da intrattenimento, delle remunerazioni retrocesse alla relativa filiera)

- i prelievi erariali, pari complessivamente a circa 1,0 miliardi di euro (equivalenti a circa il 15% della raccolta, contro un dato complessivo di mercato di circa il 9%)

Il grafico seguente esemplifica la suddetta ripartizione percentuale della raccolta complessiva dei giochi per il Gruppo:



LA PRODUZIONE E LA DISTRIBUZIONE DELLA RICCHEZZA GENERATA

Di seguito sono riportati i dati economici consolidati 2014 di Sisal, riclassificati per evidenziare il processo di formazione del Valore aggiunto, ossia dei ricavi al netto dei costi intermedi.

Il Valore aggiunto evidenzia la ricchezza generata dal Gruppo nell'esercizio che viene poi distribuita tra i vari Stakeholder. Il Valore aggiunto Globale Lordo,

comprensivo degli ammortamenti e delle svalutazioni, è pari al 35% del Valore della Produzione; il Netto è pari al 21,1%. Non si segnalano finanziamenti ricevuti dalla Pubblica Amministrazione. Il Gruppo non ha inoltre subito nel corso del 2014 sanzioni significative per non conformità a leggi o regolamenti.

DETERMINAZIONE DEL VALORE AGGIUNTO

Dati in migliaia di euro

		2014	%
A	VALORE DELLA PRODUZIONE	820.978	100,0%
	Ricavi delle vendite e delle prestazioni	820.978	
B	COSTI INTERMEDI DI PRODUZIONE	535.132	65,2%
	Consumi di materie prime, sussidiarie e di consumo	11.608	
	Costi per servizi	468.407	
	Costi per godimento beni di terzi	25.268	
	Accantonamenti per rischi	1.290	
	Oneri diversi di gestione	28.559	
	VALORE AGGIUNTO CARATTERISTICO LORDO	285.846	34,8%
	Proventi finanziari	1.203	
	VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO	287.049	35,0%
	Ammortamenti, svalutazioni e ripristini di valore	113.587	
	VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO	173.462	21,1%

Il Valore aggiunto Globale Netto nel 2014 si è attestato a circa 173,5 milioni di euro ed è così ripartito tra gli Stakeholder dell'Azienda:

- il 53,3% è stato distribuito ai Dipendenti, sotto forma di retribuzione e senza considerare i costi indiretti
- -8,6% è l'ammontare distribuito alla Pubblica Amministrazione attraverso imposte dirette e indirette (il valore negativo deriva dal credito di imposta contabilizzato nell'esercizio a seguito del sopravvenuto riconoscimento della deducibilità fiscale dell'onere sostenuto nel 2013 a fronte della già menzionata istanza di adesione agevolata)
- il 52,5% è a remunerazione dei Finanziatori per il capitale di credito
- -0,6% è l'incidenza della perdita netta aziendale sul Valore aggiunto Globale
- il 3,4% è destinato a favore delle Comunità locali

DISTRIBUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO

Dati in migliaia di euro

		2014	%
A	REMUNERAZIONE DEL PERSONALE	92.506	53,3%
	Costi per il personale	87.374	
	TFR	5.132	
B	TRASFERIMENTI ALLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE	(14.975)	-8,6%
	Imposte dirette	(18.716)	
	Imposte indirette	3.741	
C	REMUNERAZIONE DEL CAPITALE DI CREDITO	91.031	52,5%
	Oneri per capitali a breve termine	561	
	Oneri per capitale a lungo termine	90.470	
D	REMUNERAZIONE DEL CAPITALE DI RISCHIO	0	0,0%
	Utili distribuiti a soggetti terzi al Gruppo	0	
E	REMUNERAZIONE DELL'AZIENDA	(999)	-0,6%
	Utili non distribuiti	(999)	
F	TRASFERIMENTI ALLE COMUNITÀ	5.899	3,4%
	Tasse e imposte locali	3.215	
	Liberalità	310	
	Sponsorizzazioni	2.374	
	VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO	173.462	100,0%



NOTA METODOLOGICA

Il Rapporto di Sostenibilità di Sisal, redatto con frequenza annuale, nel 2014 è giunto alla sua sesta edizione. È il principale strumento di rendicontazione, comunicazione e programmazione delle attività di Responsabilità Sociale del Gruppo.

Questa edizione prende come riferimento l'esercizio dal 1° gennaio 2014 al 31 dicembre 2014. Con le diciture "Sisal", "la Società" e "il Gruppo" si fa riferimento a Sisal Group S.p.A., mentre le Società controllate del Gruppo vengono indicate con la loro denominazione sociale.

Il documento mantiene un perimetro di rendicontazione sostanzialmente analogo a quello dell'esercizio precedente, includendo tutte le Società del Gruppo Sisal, e non presenta differenze nei criteri di consolidamento adottati rispetto a quanto riportato nel Bilancio Consolidato. Nel perimetro rientrano le seguenti Società: Sisal Group S.p.A., Sisal S.p.A., Sisal Entertainment S.p.A., Sisal Point S.p.A., Friulgames S.r.l. e Acme S.r.l. Il Bilancio Consolidato al 31 dicembre 2014 è stato redatto in conformità agli International Financial Reporting Standards.

Per la raccolta dei dati e l'elaborazione del documento è stato utilizzato il sistema informativo

interno che ha visto coinvolti, ciascuno per il proprio ruolo e competenze, tutti i referenti delle funzioni aziendali.

Proseguendo il percorso dello scorso anno, il Rapporto di Sostenibilità del Gruppo Sisal è stato redatto in pieno accordo con le linee guida GRI-G4; i suoi contenuti sono quindi stati definiti in base a un'apposita analisi di materialità realizzata in conformità con quanto previsto dalle linee guida stesse. La metodologia adottata e le attività realizzate sono riportate nel Capitolo 2, nello specifico nel paragrafo "L'analisi di materialità del Gruppo Sisal".

In base all'attuale copertura degli indicatori "Specific Standard Disclosure", associati agli aspetti materiali, il livello di aderenza allo standard GRI-G4 è "In accordance" - Core.

Per garantire la comparabilità nel tempo degli indicatori ritenuti più significativi, ove possibile, i dati del 2014 sono stati posti a confronto con quelli del 2013.

I contenuti del Rapporto vengono integrati, nel corso dell'anno, con informazioni aggiuntive pubblicate nella sezione Sostenibilità del sito www.sisal.com.

CONTENT INDEX

GENERAL STANDARD DISCLOSURES

1. STRATEGIA E ANALISI	
Profile disclosure	Cross-reference/Risposta diretta
G4-1	"Innoviamo per tradizione" (pp. 6-7)
2. PROFILO ORGANIZZATIVO	
Profile disclosure	Cross-reference/Risposta diretta
G4-3	Copertina
G4-4	"L'offerta" (pp. 17-19)
G4-5	"Contatti" (p. 120)
G4-6	<i>La Società opera in Italia</i>
G4-7	"Le Società del Gruppo" (pp. 20-21) "La struttura" (p. 22)
G4-8	"Il Gruppo Sisal e i mercati di riferimento" (pp. 102-105)
G4-9	"Sisal in cifre" (pp. 8-9) "La produzione e la distribuzione della ricchezza generata" (pp. 110-111)
G4-10	"Le Persone in Sisal" (p. 77)
G4-13	<i>Non sono stati rilevati cambiamenti significativi durante il periodo di rendicontazione</i>
G4-14	"Il Sistema di Controllo e la gestione rischi" (pp. 40-42) "I Clienti" (pp. 64-71)
G4-15	"Le Associazioni di categoria" (p. 58) "La Comunità" (pp. 81-91)
G4-16	"Le Associazioni di categoria" (p. 58)
3. ASPETTI MATERIALI E PERIMETRO IDENTIFICATO	
Profile disclosure	Cross-reference/Risposta diretta
G4-17	"Nota metodologica" (p. 114)
G4-18	"L'analisi di materialità del Gruppo Sisal" (pp. 34-35)
G4-19	"L'analisi di materialità del Gruppo Sisal" (p. 35)
G4-20	"L'analisi di materialità del Gruppo Sisal" (pp. 34-35)
G4-21	"L'analisi di materialità del Gruppo Sisal" (pp. 34-35)
G4-22	<i>Non sono stati rilevati re-statement significativi durante il periodo di rendicontazione</i>
G4-23	<i>Non sono stati rilevati cambiamenti significativi durante il periodo di rendicontazione</i>

4. STAKEHOLDER ENGAGEMENT	
Profile disclosure	Cross-reference/Risposta diretta
G4-24	"Mappa degli Stakeholder" (pp. 48-49)
G4-25	"Mappa degli Stakeholder" (p. 48)
G4-26	"Mappa degli Stakeholder" (p. 48)
G4-27	"L'attenzione verso gli Stakeholder" (pp. 59-61)
5. PROFILO DEL REPORT	
Profile disclosure	Cross-reference/Risposta diretta
G4-28	"Nota metodologica" (p. 114)
G4-29	"Nota metodologica" (p. 114)
G4-30	"Nota metodologica" (p. 114)
G4-31	"Contatti" (p. 120)
G4-32	"Nota metodologica" (p. 114) "Content Index" (p. 115)
6. GOVERNANCE	
Profile disclosure	Cross-reference/Risposta diretta
G4-34	"Il sistema di Governance di Sisal" (pp. 38-39) "La Governance della Sostenibilità di Sisal" (p. 45)
7. ETICA E INTEGRITÀ	
Profile disclosure	Cross-reference/Risposta diretta
G4-56	"Vision, Mission, Valori" (pp. 13-14) "Il Sistema di Controllo e la gestione rischi" (p. 42)

SPECIFIC STANDARD DISCLOSURES

ECONOMICO	
Aspect: Performance economiche	
G4-EC1	“La produzione e la distribuzione della ricchezza generata” (pp. 110-111)
G4-EC4	“La produzione e la distribuzione della ricchezza generata” (p. 110)
AMBIENTALE	
Aspect: Energia	
G4-EN3	“La riduzione dell’impatto ambientale” (p. 97)
Aspect: Emissioni	
G4-EN19	“La riduzione dell’impatto ambientale” (p. 97)
Aspect: Prodotti e servizi	
G4-EN27	“La riduzione dei consumi” (p. 98) “La riduzione dell’impatto ambientale” (pp. 96-97)
SOCIALE: PRATICHE DI LAVORO E LAVORO DIGNITOSO	
Aspect: Formazione	
G4-LA10	“Le Persone in Sisal” (p. 78)
SOCIALE: SOCIETÀ	
Aspect: Comunità locali	
G4-SO2	“I Clienti” (pp. 64-73)
SOCIALE: RESPONSABILITÀ DI PRODOTTO	
Aspect: salute e sicurezza dei Clienti	
G4-PR1	“I Clienti” (p. 66)
Aspect: etichettatura prodotti e servizi	
G4-PR3	“I Clienti” (pp. 67-70)

IL COMITATO ESECUTIVO CSR È COSTITUITO DA:

Simonetta Consiglio

Direttore Marketing e Comunicazione

Marco Caccavale

Direttore BU Lottery

Andrea Castellani

Responsabile Internal Audit e Risk Management

Francesco Durante

Direttore BU Retail Gaming

Giovanni Emilio Maggi

Direttore Relazioni Istituzionali

Andrea Orlandini

Direttore Risorse Umane e Organizzazione

Emilio Petrone (ad interim)

Direttore Affari Legali e Societari

Maurizio Santacroce

Direttore BU Payments and Services
e Direttore BU Online Gaming

Questo Rapporto di Sostenibilità è stato
realizzato con il supporto di:

Agnesi Monica, Aloia Luca, Balestri Andrea, Biallo Gaetano, Bin Hanejshaw, Brillarelli Irene, Callegari Francesco, Cannata Elisabetta, Carbone Valeria, Carraturo Dante, Castrignanò Chiara, Cinotti Cristiano, Croce Alessandro, De Sena Ida, De Vita Stefano, Della Toffola Mario, Di Febbraro Daniela, Durelli Davide, Folladori Camilla, Garavaglia Massimo, Garruzzo Giuseppina, Garuccio Carlo, Ghisi Federica, Golisano Andrea, Ingrassia Massimo, Marchegiano Chiara, Matarazzo Ludovica, Migliorisi Marco, Moretti Alessandro, Nova Davide, Pedrazzoli Giancarlo, Pellizzari Giulio, Poggi Simona, Reda Andrea, Rina Longhitano, Riva Iuri, Robbiani Rosangela, Romaniello Pamela, Rosà Barbara, Scarpitta Monica, Schioppa Cristiana, Sverzellati Claudio, Tarantino Luciana, Tedeschi Alessia, Temperelli Massimo, Tiso Marco, Vadalà Giuseppe, Vailati Samanta, Valle Francesca, Vimercati Laura, Zanni Francesca

Il coordinamento interno per la stesura del
Rapporto di Sostenibilità 2014 è stato curato da:
Gianmario Trovò, Sandra Nalin, Carolina Guarise



Il Rapporto di Sostenibilità e il Piano d'Azione
CSR 2014 sono stati realizzati con il supporto di
Olivares Consulting e in particolare da:

Federica Olivares

Marina Lanfranconi

Realizzazione editoriale

Edizioni Olivares

Concept

Francesca Melli

Progetto grafico

A+C

© 2015 Sisal S.p.A.

CONTATTI

SEDE LEGALE SISAL S.P.A.

Via Alessio di Tocqueville, 13
20154 Milano, Italia
Tel. +39 02.8868534

SEDE DI ROMA

Viale Sacco e Vanzetti, 89
00155 Roma, Italia
Tel. +39 06.439781

www.sisal.com
infoCSR@sisal.it

www.facebook.com/sisal
www.twitter.com/Sisal_Group
www.youtube.com/grupposisal
www.linkedin.com/company/sisal-s.p.a.

Finito di stampare
nel mese di settembre 2015
da Arti Grafiche Meroni

