

70[★]

Anniversario

★ Sisal

Rapporto di Sostenibilità 2015



1946 2016

*Rapporto
di Sostenibilità
2015*





Indice

6 Q&A – Emilio Petrone, Amministratore Delegato del Gruppo Sisal

8 SISAL · DA 70 ANNI UNA STORIA DI INNOVAZIONE ITALIANA

9 Vision, mission e valori

10 Sisal in cifre

11 Sisal, una storia lunga 70 anni

13 L'approccio di Sisal alla sostenibilità

I principi della sostenibilità in Sisal

La mappa degli stakeholder

L'analisi di materialità

15 Il sostegno alla comunità

Spirito sportivo e passione per il gioco

Al servizio dell'innovazione

A sostegno della cultura con il Piccolo Teatro di Milano

Sisal per il sociale

La rete Sisal per la ricerca scientifica

18 GIOCO RESPONSABILE

19 La nostra offerta di gioco

20 Contesto normativo: un'attenzione costante da parte delle istituzioni

21 La tutela del consumatore

Cosa significa per noi il gioco responsabile

Gli studi sul gioco responsabile

Consapevolezza nello sviluppo dei giochi

Formazione delle nostre persone

Una rete attenta

Una comunicazione commerciale corretta e sensibile

La sensibilizzazione dei giocatori

Assistenza al giocatore problematico

Gioco a distanza: attenzione alla sicurezza dati e ai minori

26 La legalità nel gioco

Prevenzione e contrasto al gioco illegale

L'Ente Regolatore: l'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli

Contrasto al match-fixing

Le principali attività della funzione Antiriciclaggio

28 Q&A – Simonetta Consiglio, VP Marketing, Communication e CSR

30 Dialogo con i clienti: centralità del canale digitale

32 I SERVIZI DI PAGAMENTO E LA RETE DISTRIBUTIVA

32 Servizi di pagamento: lo sviluppo di SisalPay

Un business diversificato
Un'offerta ampia e accessibile
Un servizio sicuro e affidabile, che offre garanzie ai clienti
Le principali attività della funzione antiriciclaggio
Tredici anni di crescita e investimenti per il sistema Paese

35 La rete Sisal

La crescita della rete distributiva
Un dialogo diretto

37 L'attenzione di Sisal per i fornitori

38 Focus sui servizi di pagamento Maurizio Santacroce, Direttore Business Unit Payments & Services e Online Gaming

40 GESTIONE RESPONSABILE

41 L'impegno di Sisal per lo sviluppo delle persone

Smart Working
Academy manageriale
WiSe – Leadership al femminile
Centro di sviluppo delle competenze
WoW team 2.0

46 La corporate governance in Sisal Group

Le società del gruppo
La governance di Sisal Group
La nostra organizzazione
Il sistema di controllo interno e gestione dei rischi

51 La performance economica

I mercati di riferimento: scenario e trend 2012-2015
I risultati economici
Il contributo di Sisal alla fiscalità generale
La produzione e la distribuzione della ricchezza generata

56 L'attenzione per l'ambiente

L'educazione ambientale in Sisal
Consumi e risparmi

59 Nota metodologica

60 Content Index

62 Contatti

Q & A

EMILIO PETRONE, AMMINISTRATORE DELEGATO GRUPPO SISAL

[G4-1]



Come si è evoluta e trasformata Sisal nell'arco di 70 anni di attività?

I 70 anni di Sisal testimoniano la sua capacità di stare al passo con i tempi e di stabilire con il territorio un legame duraturo e di fiducia. Un percorso evolutivo unico e distintivo all'insegna dell'innovazione e della tradizione.

Dal 1946 Sisal ha sempre saputo essere protagonista del tempo libero degli Italiani attraverso un impegno costante e durevole, integrando nella propria strategia di business un approccio organico alla responsabilità sociale d'impresa. Un'evoluzione che ha origini dal progetto dei fondatori di contribuire alla ricostruzione dell'Italia del dopoguerra e di rilanciare lo sport italiano. Lo stesso impegno e lo stesso spirito che resero il Totocalcio leva di aggregazione nazionale, simbolo di riscossa e rinascita, ancora oggi accompagnano il nostro modo di fare impresa.

**I 70 anni di Sisal testimoniano
la sua capacità di stare
al passo con i tempi
e di stabilire con il territorio
un legame duraturo
e di fiducia**

Il percorso innovativo di Sisal ha portato l'azienda ad una continua trasformazione sotto molteplici punti di vista. Da una realtà sostanzialmente monoprodotto si è giunti ad un portafoglio giochi completo e diversificato, oggi integrato da un'offerta di servizi di pagamento che costituisce più della metà del volume d'affari del Gruppo.

Anche la rete delle ricevitorie Sisal si è distinta come prezioso punto di riferimento per tutti gli italiani. Nel lontano 1947, a solo un anno di attività, si contavano già 11 mila ricevitorie, per arrivare ad una presenza odierna di 45 mila punti vendita capillarmente distribuiti nella Penisola.

La crescita è stata non solo numerica, ma anche tecnologica. Un'innovazione sostenuta con investimenti mirati per garantire una rete vendita sempre all'avanguardia. Se gli anni '90 hanno segnato il passaggio dalla manualità all'automazione, oggi la nostra offerta digitale propone prodotti e servizi accessibili comodamente da casa, generando sistemi ibridi che orientano i modelli di consumo e definiscono una nuova relazione con i consumatori.

Quali sono le priorità strategiche che hanno guidato Sisal nel 2015 e quali sono i principali risultati conseguiti?

Innovazione di prodotto e tecnologica, rafforzamento della rete retail e diversificazione sono stati i driver che hanno caratterizzato le linee strategiche del Gruppo nel 2015.

Particolare attenzione è stata posta all'ideazione di nuovi giochi e al potenziamento di alcuni prodotti di lotteria che hanno segnato negli anni il costume degli italiani. Abbiamo investito per tradurre l'innovazione tecnologica in prodotti e servizi accessibili e sicuri, in armonia con la politica di diversificazione del business. Un'intuizione che oggi dà i suoi frutti, rendendoci sempre più competitivi, sia nel gaming che nei servizi di pagamento.

Risultati importanti, grazie anche al contributo di Collaboratori e Dipendenti. Nel 2015 abbiamo continuato a promuovere un ambiente di lavoro in grado di valorizzare il merito, la professionalità e la ricchezza delle diversità, coinvolgendo team di lavoro multifunzionali per individuare e concretizzare piani di intervento, come il WiSe Team (Women in Sisal Experience) e il WoW Team (Working on Work) e sostenendo un modello di welfare moderno.

Un approccio organico che ci ha consentito di crescere costantemente e rimodellare il nostro perimetro di business, superando momenti delicati, legati soprattutto alle condizioni macroeconomiche e all'incertezza normativa.

Quali sono le sfide e le opportunità per Sisal nel futuro e quale sviluppo per la sostenibilità d'impresa?

Guardiamo al futuro con ottimismo. Il Gruppo nel primo periodo del 2016 ha accresciuto le sue performance grazie alla fiducia dimostrata verso i nostri prodotti. Vincente si rivela l'investimento nel business dei servizi di pagamento, così come il rilancio del SuperEnalotto che sta registrando un crescente gradimento da parte dei clienti.

Sisal si sta consolidando come modello economico ibrido risultato di un'efficiente evoluzione della rete di punti vendita che, tramite il brand SisalPay, oltre al business tradizionale dell'intrattenimento, offre servizi di pagamento e monetica.

70⁺
Anniversario

1946
2016

2016
Nuovo SuperEnalotto:
il gioco del grande jackpot si rinnova

2013
SisalPay: una rete capillare
di servizi di pagamento

2004
Sisal.it: il gioco Sisal è anche online

1948
Totip: la prima scommessa ippica italiana

1946
Totocalcio: Sisal inventa
la schedina

DA 70 ANNI
IL NOSTRO LAVORO È IL TUO TEMPO LIBERO

IL GIOCO È VIETATO AI MINORI
E PUÒ CAUSARE DIPENDENZA E PATOLOGICA

www.sisal.com

Sisal
Dal 1946 il nostro lavoro è il tuo tempo libero.

Questo percorso è stato ispirato dalle esigenze dei consumatori e, di fatto, ha tramutato ricevitorie, bar e tabaccherie, in modelli originali di one stop shop, dove poter bere un caffè, giocare al SuperEnalotto, effettuare operazioni di pagamento e accedere in futuro ad altri servizi di prossimità.

In Sisal l'innovazione si declina anche attraverso un impegno di responsabilità legato alla modalità di gestione sostenibile del business, al gioco responsabile e al sostegno alla comunità e al territorio.

Tutto ciò con uno sguardo rivolto alle origini. Il percorso di crescita è anche il risultato della passione e dell'impegno nella valorizzazione dei nostri elementi distintivi. La nostra identità e l'eredità storica, grazie al progetto Meic – Memoria Evoluzione e Identità Condivisa – sono oggi patrimonio culturale fruibile nelle sue trasformazioni e assumono il compito di chiave di lettura del nostro passato, presente e futuro.



Sisal

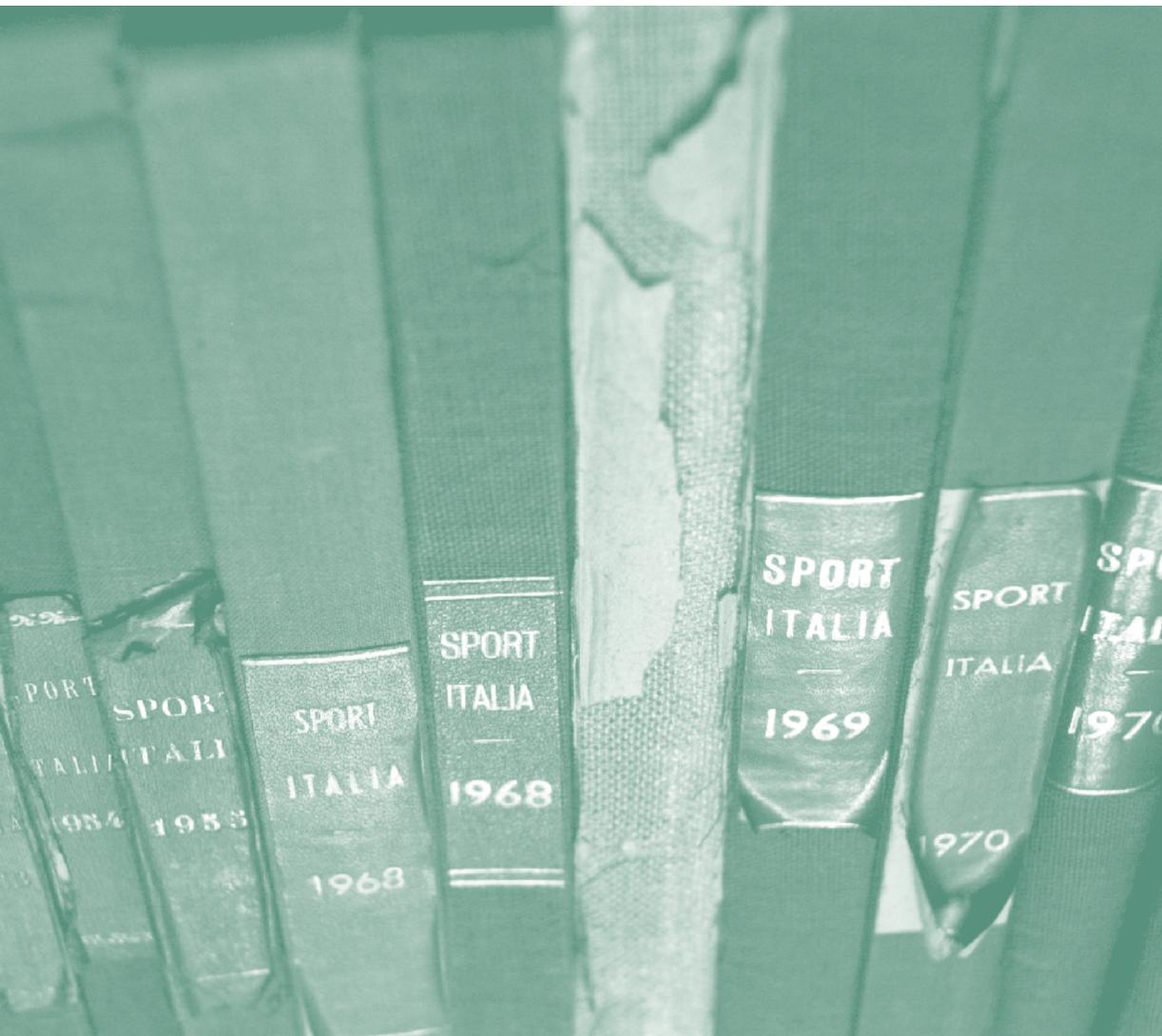
da 70 anni
una storia
di innovazione
italiana

Sisal ha da sempre coniugato lo sviluppo del proprio business con un forte senso di responsabilità

[G4-3] Raccontare Sisal significa narrare una storia imprenditoriale italiana consolidata nel tempo.

[G4-6] Attiva dal 1946 dal sogno e dall'intuizione di tre giornalisti sportivi, Sisal è stata la prima azienda italiana a operare nel settore del gioco come concessionario di Stato ed è ora presente in Italia nelle lotterie, nel retail gaming e nei giochi online. Negli ultimi anni, facendo leva su una rete di oltre 45.000 punti vendita distribuiti capillarmente su tutto il territorio nazionale, il Gruppo ha avviato una strategia di diversificazione che gli ha permesso di affermarsi fra i principali player del mercato dei servizi di pagamento con il brand SisalPay.

Sisal ha da sempre coniugato lo sviluppo del proprio business con un forte senso di responsabilità. Un impegno tradotto in un'articolata strategia di sostenibilità con progetti a sostegno dello sport, del talento, della cultura e della ricerca scientifica, insieme a un Programma di Gioco Responsabile, ispirato alle best practice internazionali, che rappresenta l'elemento centrale e distintivo della strategia di sostenibilità sociale di Sisal Group.



Vision, mission e valori

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.

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.

VALORI

[G4-56] 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 dai 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.

- **Giochiamo di squadra:**
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.

SISAL IN CIFRE

[G4-9]



14 milioni di clienti
di giochi e servizi

15,1 miliardi di euro
di turnover
(+8,3% rispetto
al 2014)

1.798
dipendenti

500
servizi SisalPay

45.946
punti vendita

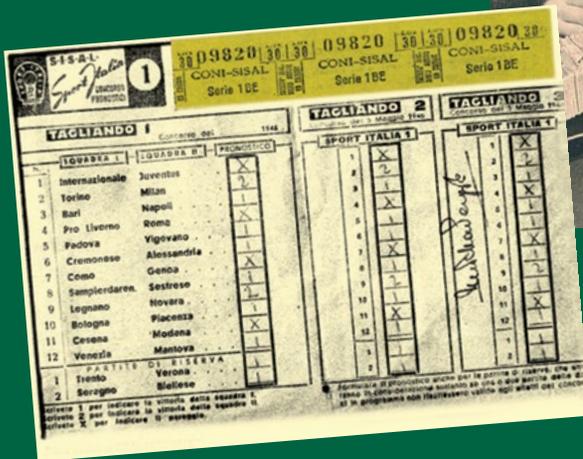
200 milioni di
transazioni
all'anno

376
giochi online

SISAL, UNA STORIA LUNGA 70 ANNI

Il 5 maggio del 1946 – a solo un anno dalla fine della Seconda Guerra Mondiale – fu giocata la prima Schedina, dando così avvio al concorso a pronostici abbinato alle partite di calcio, consacrato poi con il nome di Totocalcio.

Il concorso inizia con un montepremi di 463.846 lire. Il prezzo della prima schedina viene stabilito a 30 lire a colonna. Un fortunato vincitore centra subito i 12 pronostici: Emilio Biasetti, quarantatreenne, milanese. “Vincere alla Sisal” è un desiderio che irrompe in breve tempo nell’immaginario collettivo e diventa sinonimo di fortuna.

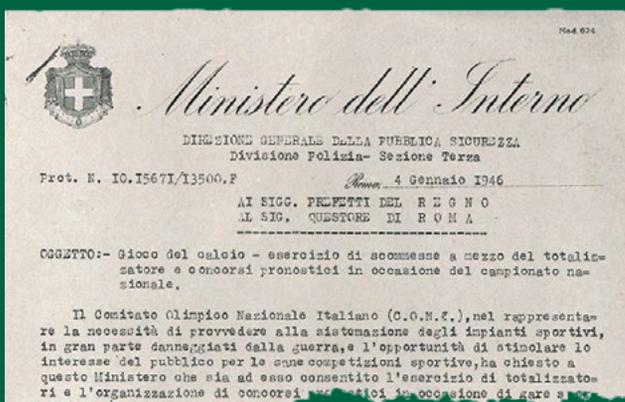


La Schedina non era un semplice gioco. Per Massimo Della Pergola, Fabio Jegher e Geo Molo, i tre giornalisti sportivi che il 3 settembre 1945 fondarono S.I.S.A.L. (Sport Italia Società a responsabilità Limitata), l’obiettivo era di stimolare lo sport e contribuire a ricostruire gli impianti sportivi danneggiati dal conflitto. Una vera e propria missione e una grande speranza, mentre l’Italia cercava di emergere dalle macerie della guerra e di ricostruirsi un futuro. Difficile immaginare adesso quanto fu complessa la messa a punto del progetto.

Lo stesso Massimo Della Pergola, in un pamphlet del 1948 intitolato “Il Sisalismo”, rammenta come “*l’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.*”

INNOVARE PER TRADIZIONE

Innovazione per tradizione: questo ha caratterizzato fin dall’inizio l’attitudine imprenditoriale che ha dato vita a prodotti iconici, diventati veri e propri fenomeni di costume, ma anche all’introduzione nelle ricevitorie Sisal dei servizi al cittadino. Ai giochi emblematici, quali Totocalcio, Totip, SuperEnalotto o WinForLife, si sono quindi affiancati oltre 500 servizi di pagamento con SisalPay. I 70 anni di Sisal sono un importante heritage che testimonia la capacità dell’azienda di stare al passo con i tempi e di stabilire con il territorio un legame duraturo e di fiducia. La visione e la vena innovativa che hanno guidato lo spirito originario dell’azienda sono gli stessi importanti driver che hanno ispirato la strategia di sviluppo di Sisal. Per celebrare questo anniversario, condividere con gli italiani una storia lunga 70 anni e restituire ai cittadini parte della loro memoria collettiva, il Gruppo Sisal sta realizzando diverse iniziative.





UN FRANCOBOLLO PER IL TOTOCALCIO

Totocalcio ha festeggiato il 5 maggio 2016 i 70 anni dalla prima Schedina con l'emissione di un francobollo celebrativo, appartenente alla serie tematica "lo Sport" ed emesso dal Ministero dello Sviluppo Economico, in collaborazione con Poste Italiane.

"È impossibile racchiudere in poche righe i sogni, le speranze, le passioni, la rabbia e le illusioni che hanno accompagnato la lunga storia della Schedina", ha dichiarato Antonello Giacomelli, Sottosegretario di Stato al Ministero dello Sviluppo Economico, in occasione della presentazione del francobollo. "È un omaggio doveroso questa emissione, un omaggio da parte dello Stato a un tratto della vita sociale che ha accompagnato il cammino dell'Italia dalle macerie della guerra alla rivoluzione digitale".

Luisa Todini, Presidente di Poste Italiane, ha osservato come *"Intere generazioni hanno legato il sogno di una vita migliore alla corretta compilazione della mitica 'schedina', confidando non solo nella fortuna ma anche in una approfondita conoscenza del calcio e dei suoi protagonisti; una competenza a sua volta frutto di una passione che da sempre unisce praticamente tutti gli italiani. Il francobollo per i 70 anni del Totocalcio è dunque il giusto omaggio non ad un semplice concorso a premi, ma ad un fenomeno di costume che occupa un posto molto importante nella memoria collettiva del nostro Paese".*

In occasione dell'emissione del francobollo, Emilio Petrone, Amministratore Delegato del Gruppo Sisal, ha osservato che *"oggi il Totocalcio si gioca online e nella capillare rete delle ricevitorie. Si è passati dalla schedina cartacea verificata manualmente al mondo 2.0, veloce, immediato, affidabile. Un'evoluzione tecnologica che insieme alla diversificazione ha trasformato Sisal in un Gruppo solido, con una spiccata identità digitale, non solo in grado di stare al passo con i tempi, ma anche di anticipare le novità con un occhio sempre al futuro".*

CONDIVIDERE LA STORIA DI SISAL CON TUTTI GLI ITALIANI

Consapevole che la storia dell'azienda si intreccia strettamente a quella del Paese, Sisal sta aprendo i suoi archivi in modo da condividere con tutti gli italiani gli elementi di questo comune cammino. Il processo di riordino della memoria storica è stato avviato nel 2012, con il supporto dell'Amministratore Delegato Emilio Petrone e del Presidente Onorario, Rodolfo Molo, figlio di Geo Molo, uno dei fondatori dell'azienda.

Il Meic

Il progetto Meic – Memoria Evoluzione e Identità Condivisa – è nato per valorizzare la dimensione culturale del fare impresa di Sisal. Il primo grande traguardo è la creazione dell'Archivio Storico del Gruppo che si trova oggi nella sede di Peschiera Borromeo nei pressi di Milano ed è il risultato di un costante lavoro di raccolta, selezione e catalogazione del materiale.

Presenta oltre 6.000 documenti fotografici, la collezione del giornale "Sport Italia", rassegne stampa, bilanci, circolari, concessioni e regolamenti dei prodotti gestiti, 700 affissioni, oltre 3.000 schedine di gioco, le prime matricole dei terminali presenti dagli anni Novanta a oggi nella rete delle ricevitorie, bozzetti, oggettistica e libri di settore, nonché 800 nastri video.

Nel 2014 l'Archivio Storico è entrato nella rete di Museimpresa, diventando partner e protagonista di una serie di eventi culturali.

L'Archivio Storico online

Nel maggio 2016 l'Archivio è approdato al mondo digitale attraverso il sito www.unastorianatapergioco.it che va oltre le logiche prettamente archivistiche per porsi al grande pubblico in modo coinvolgente. Ad esempio, nella sezione "Storie da scoprire" l'utente può sfogliare la storia di Sisal attraverso due chiavi di lettura: "L'Italia in una schedina", che rivisita i giochi; "Un salto in ricevitoria", che ripercorre l'evoluzione della rete di punti vendita. La sezione "Archivio Meic" racconta il progetto realizzato nello spazio di Peschiera Borromeo, e il sito include anche una sezione, "Raccontaci la tua Sisal", dove è possibile condividere i propri ricordi legati all'azienda.



L'approccio di Sisal alla sostenibilità

I PRINCIPI DELLA SOSTENIBILITÀ IN SISAL

La politica di sostenibilità del Gruppo Sisal è parte integrante della sua storia, della sua vision, della sua mission e dei suoi valori. 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 sostenibile dei profitti che crei valore duraturo per tutti gli stakeholder.

L'attenzione e l'ascolto dei propri stakeholder hanno permesso a Sisal di avviare un programma di responsabilità sociale che ha come destinatari privilegiati i propri consumatori, i collaboratori e la comunità, bilanciando gli interessi e le aspettative di tutti i soggetti di riferimento e integrandoli nelle strategie aziendali.

La tutela dei consumatori e la realizzazione e l'applicazione del Programma di Gioco Responsabile sono prioritari per la stessa strategia di business. Il Programma si basa su un modello di gioco consapevole ed equilibrato, centrato sull'intrattenimento e sul divieto di gioco ai minori, con particolare attenzione alla tutela delle fasce di consumatori più vulnerabili.

L'impegno di Sisal si concretizza inoltre nell'attenzione verso tutti i collaboratori. Il talento individuale e la ricchezza della diversità rappresentano i punti di forza del Gruppo e consentono all'azienda di continuare a innovare offrendo una proposta di intrattenimento e servizi distintiva, responsabile e sostenibile nel tempo.

L'attenzione dell'azienda nei confronti della comunità e del territorio si traduce in progetti a sostegno dello sport, del talento, della cultura e della ricerca scientifica. A ispirare la strategia di sostenibilità dell'azienda è la convinzione che un approccio responsabile rappresenti l'unico modo per garantire una creazione di valore costante nel tempo.

LA MAPPA DEGLI STAKEHOLDER

[G4-24] [G4-25] [G4-26]

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 che vengono coinvolti su base continuativa durante l'anno nell'ambito delle iniziative intraprese dalla società.

Clienti

Il Gruppo Sisal opera nel settore dell'entertainment e in quello dei servizi di pagamento, con un totale di 14 milioni di clienti, fra giocatori adulti e utenti di servizi.

Persone in Sisal

[G4-9] 1.798 dipendenti (41% di presenza femminile), che con grande energia e creatività contribuiscono ogni giorno a generare valore condiviso.

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

La rete comprende oltre 45.946 punti vendita, distribuiti capillarmente sul territorio nazionale e divisi fra Giochi Numerici a Totalizzatore Nazionale (GNTN), Sisal Smartpoint, Sisal Matchpoint e sale Sisal Wincity. Sisal è anche presente sul canale online.

Ente regolatore e istituzioni

L'Ente regolatore per il settore dei giochi è l'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli, mentre per quanto riguarda i servizi di pagamento Sisal Group S.p.A. è un Istituto di Pagamento autorizzato e vigilato dalla Banca d'Italia. Sisal interagisce inoltre con il Ministero dell'Economia e delle Finanze, il Ministero per le Politiche Agricole e Forestali, il Ministero dell'Interno e le forze dell'ordine, gli organi parlamentari, le amministrazioni regionali, i comuni e gli enti locali, le istituzioni europee, l'Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria, il CONI, l'Agenzia per l'Italia Digitale, la Sogei.

Azionisti

I fondi di private equity Apex, Permira e Clessidra, la famiglia del socio fondatore Molo, l'Amministratore delegato e Manager della Società. [G4-13] A fine maggio 2016, CVC Capital Partners ha annunciato l'acquisizione del 100% di Sisal Group S.p.A.

Banche e comunità finanziaria

Principali banche attive sul 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

[G4-16] Associazioni nazionali e internazionali del settore gioco, Associazione Italiana Istituti di Pagamento (AIIP).

L'ANALISI DI MATERIALITÀ

L'analisi di materialità del Gruppo Sisal

Con il presente Rapporto di Sostenibilità Sisal ha intrapreso un percorso finalizzato a ottenere una maggiore inclusione delle risultanze del processo di materialità nella definizione dei contenuti del documento. Tale approccio ha consentito di individuare un set più ampio di indicatori per misurare in maniera più dettagliata gli aspetti sociali, ambientali ed economici che caratterizzano il business e la sua capacità di creare valore sostenibile.

[G4-18a] [G4-18b] Il processo di “analisi di materialità” 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. Le risultanze dell’analisi di materialità hanno portato all’identificazione delle aree tematiche che maggiormente riflettono gli impatti sociali, ambientali ed economici generati all’interno e all’esterno della società.

Sulla base delle aree tematiche individuate lo scorso anno, si è provveduto ad aggiornare, ampliandoli, gli indicatori specifici da rendicontare, individuando un responsabile del processo di raccolta dati e strutturando maggiormente le modalità di raccolta.

Le fasi del processo di “analisi di materialità” sono di seguito riportate.

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’esposizione 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 potenzialmente 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.

[G4-19] Le 7 aree tematiche individuate sono:

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

Le aree tematiche individuate hanno una differente ricaduta all’interno o all’esterno della società, considerando principalmente dove gli effetti del business hanno le maggiori ricadute e quali sono gli stakeholder coinvolti.

[G4-20] Hanno una maggiore ricaduta sui confini interni dell’organizzazione le seguenti aree:

- People
- Innovazione, ricerca e sviluppo
- Governance e Compliance normativa

[G4-21] Hanno invece una maggiore ricaduta sui confini esterni dell’organizzazione le seguenti aree:

- Gioco Responsabile
- Filiera
- Ambiente
- Stakeholder Engagement

Il sostegno alla comunità

[G4-27]

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 rivolto alla comunità, in cui rivestono un'importanza fondamentale la pianificazione e la realizzazione di progetti a sostegno dello sport, del talento, della cultura e della ricerca scientifica, in collaborazione con partner qualificati.

SPIRITO SPORTIVO E PASSIONE PER IL GIOCO

La passione per il gioco e lo sport, intesi come divertimento e competizione nel rispetto delle regole e dell'approccio etico che contraddistingue Sisal, ha portato l'azienda a sostenere progetti di valorizzazione della cultura del gioco e dello sport con importanti partner.

"Storie di Gioco"

Il progetto "Storie di Gioco", curato dalla Fondazione Giangiacomo Feltrinelli in collaborazione con Sisal, intende valorizzare la cultura del gioco nella società come elemento ludico e strumento di divertimento, intrattenimento e aggregazione sociale negli ultimi settanta anni in Italia.

Il progetto si è tradotto in una ricerca realizzata dal professor John Foot, storico britannico specializzato in storia italiana e dello sport, che ha marcato la centralità dell'elemento culturale associato alla pratica ludica, percorrendo alcuni dei casi più significativi nei quali le arti hanno interpretato questa pratica. A completamento del progetto sono state realizzate una mostra multimediale e una serie di videointerviste sull'evoluzione del modo di giocare degli italiani, dal dopoguerra a oggi.

"Storie di Gioco" è quindi una cartina di tornasole delle trasformazioni del nostro Paese, dove il gioco diventa il filo conduttore che avvicina e lega insieme la memoria di ognuno di noi a quella di chi ci ha preceduto, indagando il rapporto che si instaura tra l'individuo e le dinamiche del gioco e come queste ultime abbiano modificato le relazioni sociali.

"Oltre il gioco" Liberi Nantes

Il progetto "Oltre il gioco" è un'iniziativa promossa da Sisal insieme a Roma Cares e AS Roma, per sostenere la 'Liberi Nantes Football Club' (www.liberinantes.org), la prima squadra di calcio in Italia interamente composta da rifugiati e richiedenti asilo e riconosciuta dal 2007 dall'UNHCR. In aggiunta si è voluto coinvolgere sui social media il pubblico in un sostegno 'ideale' (e non economico) alla causa dei Liberi Nantes.

È nato così il progetto 'Pardo Non Perde'. L'iniziativa, come si evince dal nome, ha avuto come *ambassador* il famoso giornalista sportivo Pierluigi Pardo, che ha ingaggiato tutti gli appassionati di calcio invitandoli a inviare i pronostici sulle principali partite di Serie A e di coppa.

Tra tutti i suggerimenti pervenuti, Pardo ha selezionato quelli più convincenti e realizzato delle giocate. L'intero ammontare giocato e le vincite sono stati devoluti ai Liberi Nantes attraverso un sistema di 'sblocco obiettivi' (che era possibile seguire real time sul sito www.pardononperde.it) che ha consentito di realizzare nuovi spazi e acquistare le attrezzature necessarie allo svolgimento delle attività. In termini di buzz generato, l'iniziativa è stata un vero successo con oltre 5.000 post in circa tre mesi, ed è stata menzionata anche da Blogmeter tra le migliori campagne Twitter.

Il progetto "Oltre il gioco", presentato il 1° ottobre 2015, ha avuto come primo evento ufficiale una partita benefica tra il Liberi Nantes e Roma Legends, la squadra formata dai campioni del passato dell'A.S. Roma, domenica 11 ottobre.



Settimana europea dello sport

Sisal ha partecipato attivamente alla "Settimana Europea dello Sport – EWoS", che si è svolta dal 7 al 13 settembre 2015. La settimana europea dello sport è una campagna della Commissione Europea volta a promuovere lo sport e l'attività fisica, consolidare le iniziative esistenti a livello europeo, nazionale, regionale o locale e generare nuove attività, ispirando i cittadini a essere attivi (#BeActive) durante la settimana di eventi e incoraggiandoli a praticare regolarmente attività fisica nell'arco dell'anno. Sisal ha contribuito a questa prima edizione attraverso la partnership europea dell'associazione European Lotteries e il coordinamento nazionale degli eventi e delle attività in capo all'Ufficio per lo Sport del Dipartimento per gli Affari Regionali, le Autonomie e lo Sport della Presidenza del Consiglio dei Ministri.

AL SERVIZIO DELL'INNOVAZIONE

GoBeyond

È stato lanciato GoBeyond, un concorso nato per valorizzare e accompagnare le idee imprenditoriali affinché possano trasformarsi in aziende di successo.

Il contest, ideato da SisalPay e supportato da partner d'eccellenza come Condé Nast, Google, RTL e Wired, è nato dalla volontà di incoraggiare l'innovazione in Italia, considerando che nel nostro Paese molte idee imprenditoriali, seppur brillanti, non riescono ad affermarsi, spesso per via del mancato supporto in fase di esecuzione e sviluppo del progetto.

Insieme ai propri partner, Sisal ha voluto contribuire alla promozione di un "ecosistema" volto non solo a finanziare l'avvio della startup vincitrice ma anche a offrire il supporto e la consulenza di un network di imprese partner.

Il concorso GoBeyond, che ha visto la partecipazione di 200 idee presentate da aspiranti imprenditori, è stata vinta nel giugno 2015 dal progetto DbGlove di Nicholas Caporusso e Gianluca Lattanzi, premiato per tecnologia, innovazione e forte impatto sociale. DbGlove è un innovativo guanto high-tech, che consente a persone cieche e sordo-cieche di utilizzare smartphone e tablet, permettendo agli utenti di scrivere testi e quindi di interagire in modo efficace e diretto con gli altri tramite appositi sensori.

Da questo contest emerge una fotografia dell'Italia molto positiva: spirito creativo, voglia di inventare e di mettersi in gioco sono, infatti, elementi comuni a tutti gli aspiranti imprenditori.

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 del Paese, impegnandosi per colmare la distanza fra la nascita di un'idea e la sua realizzazione. Sisal ha confermato anche per il 2015 la partnership con ItaliaCamp, favorendo la creazione di un modello di interazione strategica tra il settore pubblico, le imprese e il terzo settore, con l'obiettivo di generare iniziative di impatto economico e innovazione sociale per il Paese.

A SOSTEGNO DELLA CULTURA CON IL PICCOLO TEATRO DI MILANO

Il Piccolo Teatro di Milano e Sisal, partner dal 2009, sostengono e promuovono le iniziative culturali del Teatro, offrendo occasioni di incontro fra i giovani e i protagonisti del mondo culturale e avvicinando i giovani ai valori che favoriscono la loro formazione personale e la loro crescita. 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 il Chiostro è diventato un luogo privilegiato d'incontro e socializzazione per giovani, studenti e appassionati di teatro, che ospita presentazioni di spettacoli del Piccolo Teatro, laboratori di approfondimento, letture, cicli di incontri a tema e mostre dedicate al mondo del teatro. Fra le numerose iniziative promosse è da segnalare "A teatro con Sisal", ideata dall'azienda insieme al Piccolo Teatro con l'obiettivo di diffondere fra i collaboratori Sisal la cultura del teatro (vedi pag. 44).

SISAL PER IL SOCIALE

- **Temporary outlet per il commercio solidale:** nel dicembre 2015, Sisal ha collaborato con la Fondazione Near nella realizzazione di un temporary outlet all'interno dello spazio aziendale, per promuovere un commercio "solidale". La mission della Fondazione Near è il finanziamento di progetti sociali, destinati in particolare a bambini e ragazzi, negli ambiti della sanità, della famiglia e dell'educazione.
- **Contro le barriere architettoniche:** Sisal ha sostenuto per il settimo anno consecutivo l'Associazione FIABA in occasione della "Giornata Nazionale Fiabaday per l'abbattimento delle barriere architettoniche". "Educhiamo alla diversità... formiamo il nostro futuro" è stato lo slogan che ha ispirato la giornata, con la promozione di azioni innovative sull'accessibilità che possano avere ricadute positive sul sistema socio-economico di tutto il Paese.

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.

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



- **AIRC:** per il sedicesimo anno consecutivo, Sisal ha messo a disposizione di AIRC la sua rete di punti vendita per effettuare donazioni nell'arco di un intero mese, dal 27 aprile al 23 maggio 2015. L'obiettivo comune di Sisal e AIRC è sostenere gli attuali 104 progetti pluriennali sui tumori femminili. Totale raccolto nel 2015: € 20.410



- **Fondazione Veronesi:** per il quarto anno consecutivo Sisal sostiene la Fondazione Veronesi. Nel 2015, nei punti di vendita della rete Sisal è stata promossa l'iniziativa "Pink is Good", a sostegno della ricerca scientifica per sconfiggere il tumore al seno. L'impegno di Sisal si è sviluppato dal 31 agosto al 26 settembre. Totale raccolto nel 2015: € 20.470



- **Telethon:** per l'undicesimo anno consecutivo, Sisal è stata al fianco di Telethon. Dal 16 novembre e fino al 20 dicembre 2015, con l'iniziativa #nonmiarrendo, Sisal ha sostenuto la ricerca scientifica contro le malattie genetiche rare. Totale raccolto nel 2015: € 27.494.

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 a favore dell'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.

DAL 27 APRILE AL 23 MAGGIO
CONTRO IL CANCRO, IO CI SONO.

Prenditi questa
dal cancro è anni fa,
hai fatto la donazione
FONDAZIONE
RICERCA
per la Fondazione Veronesi
per la Fondazione Veronesi
per la Fondazione Veronesi
per la Fondazione Veronesi

Sostieni anche tu la ricerca!
DONA ADESSO, GIOCANDO
questa speciale scheda
SuperEnalotto

16 anni
ricerca

Sisal AIRC

IL GIOCO È VERTICALE AL MONDO
E NON CASSARE L'AMBITAZIONE FOTOGRAFICA

Fondazione
Umberto Veronesi
- per il progresso
delle scienze

SOLO CON LA
RICERCA SCIENTIFICA
POSSIAMO SCONFIDARE
il tumore al seno.
AIUTACI ANCHE TU.

DAL 31 AGOSTO AL 26 SETTEMBRE 2015
SOSTIENI LA FONDAZIONE
UMBERTO VERONESI
GIOCANDO QUESTA
SPECIALE SCHEDA
SUPERENALOTTO

SOSTIENE
PINK
IS GOOD

FONDAZIONE
UMBERTO VERONESI
PER IL TUMORE AL SENO

Sisal PINK IS GOOD

Per maggiori informazioni sulla possibilità di gioco
visita il sito www.sisal.it o chiama il numero
verde 800 20 20 20

telethon

Sosteniamo insieme la ricerca con
#nonmiarrendo

Sisal è al fianco di Telethon per aiutare
chi lotta contro una malattia
genetica rara a non arrendersi.

Anche tu puoi donare,
giocando questa SPECIALE SCHEDA

SuperEnalotto

dal 16 novembre al 20 dicembre 2015

SOSTIENI CON #nonmiarrendo DONA ANCHE SU WWW.TELETHON.IT SEGUICI

Sisal SOSTIENE telethon

Per maggiori informazioni sulla possibilità di gioco
visita il sito www.sisal.it o chiama il numero
verde 800 20 20 20



L'approccio del management

[G4-27] La soddisfazione e la sicurezza dei giocatori rappresentano un obiettivo strategico per la crescita di Sisal, che si dedica all'ascolto dei bisogni dei clienti e alla ricerca di soluzioni e servizi di qualità.

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 sicuro e responsabile. Il Gruppo offre ai giocatori un programma certificato, basato su un modello di gioco legale, consapevole ed equilibrato, centrato sull'intrattenimento e con particolare attenzione alla tutela delle fasce più vulnerabili.

LA NOSTRA OFFERTA DI GIOCO

[G4-4]



LOTTERY

- SuperEnalotto**
 Il gioco storico di Sisal, noto per il suo Jackpot milionario – spesso tra i più alti al mondo – che, dopo 18 anni, si è rinnovato nel 2016 con tre grandi novità: la vincita con punti 2, le vincite immediate da 25€ e il Jackpot ancora più ricco.
- SiVinceTutto SuperEnalotto**
 Il gioco in cui tutto il montepremi viene vinto la sera dell'estrazione.
- Vinci per la vita – Win for Life**
 Il primo gioco in Italia a mettere in palio una rendita mensile per 20 anni.
- VinciCasa**
 Il primo gioco italiano che consente di vincere la casa dei propri sogni.
- Eurojackpot**
 Il primo e unico gioco di lotteria in Italia con un jackpot milionario realizzato in collaborazione con altri 17 Paesi europei.



RETAIL GAMING

- Tre catene di punti vendita dedicate all'intrattenimento
- Sisal Wincity**
 Retail concept innovativo basato sul modello "Eat, Drink and Play", che coniuga gioco, ristorazione e intrattenimento. 21 punti vendita nelle principali città italiane, tra cui Milano, Roma, Torino, Brescia, Pescara, Firenze, Catania, Bologna.
 - Sisal Matchpoint**
 Canale dedicato all'offerta completa dei prodotti Sisal, con un focus speciale sulle scommesse ippiche e sportive e le Virtual Race. Conta oltre 360 punti vendita e più di 3.800 corner.
 - Sisal Smartpoint**
 Canale lanciato nel 2014 per offrire un'esperienza di intrattenimento innovativa basata sulle tecnologie più moderne. Propone il portafoglio completo dei prodotti Lottery e le AWP, oltre a tutta la gamma dei servizi di pagamento su oltre 450 punti vendita.



ONLINE GAMING

- Sisal.it**
 È la piattaforma del Gruppo che offre 376 giochi online (Casinò e Slot, Quick Games, Scommesse e Virtual Race, Poker e altri giochi di carte, Skill Games, Bingo, Lotterie), proposti in un ambiente sicuro e *consumer friendly*, disponibili anche sui dispositivi mobili con applicazioni dedicate (250.000 giocatori circa).

CONTESTO NORMATIVO: UN'ATTENZIONE COSTANTE DA PARTE DELLE ISTITUZIONI

[G4-27]

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 Decreto Legislativo n. 496 del 14 aprile 1948. I soggetti attivi nel mercato dei giochi possono operare unicamente attraverso un regime di monoconcessione, come nel caso dei giochi numerici a totalizzatore nazionale (GNTN) o a quota fissa, oppure in un regime di pluriconcessione, come nel caso degli apparecchi da intrattenimento, delle scommesse, del bingo e del gioco a distanza. Nel corso del 2015 si è confermata la costante attenzione degli organi istituzionali nei confronti del settore del gioco. Oggi il panorama normativo è diventato più complesso e articolato a causa dell'attività legislativa esercitata con sempre maggior frequenza a livello locale, che si affianca 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. Sedici Regioni e molteplici 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. Proprio una delle attività più significative di Sisal e delle associazioni di categoria è stata volta a rafforzare i rapporti di collaborazione con le istituzioni, nel pieno rispetto dei reciproci ruoli. L'azienda interagisce con Regioni, Comuni, forze dell'ordine e Ministero dell'Interno, oltre che con i 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 BELLO GIOCARE A FARE I GRANDI.
MA NIENTE GIOCHI PIÙ GRANDI DI LORO.**

I ragazzi amano molto imitare gli adulti, negli atteggiamenti, nei discorsi, nel modo di vestire. A volte, anche nella scelta dei divertimenti. Ma ci sono giochi che non sono adatti alla loro età: i giochi con vincite in denaro sono vietati ai minori. Per questo Sisal si impegna in un modello di gioco responsabile che tutela i minori e le categorie più vulnerabili. I ragazzi giocano a fare i grandi, non lasciamoli a giochi più grandi di loro.

I GIOCHI CON VINCITE IN DENARO SONO VIETATI AI MINORI.

**DIVIETO DI GIOCO
AI MINORI DI 18**

IL GIOCO È VIETATO AI MINORI
E PUÒ CAUSARE DIPENDENZA PATOLOGICA.

 **Sisal**
Il nostro lavoro è il tuo tempo libero.

La tutela del consumatore

COSA SIGNIFICA PER NOI IL GIOCO RESPONSABILE

Per garantire al meglio la protezione dei giocatori, Sisal ha implementato un Programma di Gioco Responsabile, basato su standard internazionali e fondato sull'informazione, la prevenzione e l'educazione a comportamenti di gioco responsabili ed equilibrati.

Il principale obiettivo del Programma è di tutelare i clienti e in particolare le fasce più vulnerabili, attraverso un modello di gioco consapevole e centrato sull'intrattenimento, sul divieto di gioco ai minori e sulla prevenzione dei fenomeni di dipendenza: il gioco è – e deve restare – un divertimento. Sisal si impegna a diffondere e consolidare i principi espressi nel Programma fra i dipendenti, la rete distributiva e i partner commerciali.

Nella realizzazione degli obiettivi del Programma di Gioco Responsabile, risultano fondamentali:

- la collaborazione con l'Ente Regolatore (vedi pag. 26) 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 (vedi box).

Il Programma è articolato in otto aree:

1. Studi e ricerche
2. Sviluppo dei giochi
3. Formazione del personale
4. Sensibilizzazione della rete distributiva
5. Comunicazione commerciale responsabile
6. Sensibilizzazione dei giocatori
7. Assistenza al giocatore problematico.
8. Gioco a distanza

1. GLI STUDI SUL GIOCO RESPONSABILE

Lo studio e le ricerche rappresentano degli strumenti indispensabili per analizzare e monitorare la percezione e la sensibilità sulle tematiche del Programma di Gioco Responsabile. I risultati di queste indagini, inoltre, sono fondamentali per proporre risposte adeguate al fenomeno del gioco problematico.

Nel corso degli anni Sisal ha sostenuto importanti progetti e studi sul gioco responsabile, dalla ricerca "Giocare per Gioco" condotta dalla Fondazione per la Sussidiarietà in collaborazione con IGT, Acadi e Giochi e Società, alla studio "Il gioco problematico – fattori di protezione e rischio" con l'Università di Roma La Sapienza.

Nel 2015, Sisal ha svolto una ricerca di Mystery Shopping Instore, in collaborazione con QT Retail Division (Istituto di ricerca specializzato nella pratica di indagini con modalità Mystery Client), con l'obiettivo di monitorare il grado di compliance dei punti vendita della rete Sisal agli standard European Lotteries in materia di gioco responsabile. Dei rilevatori opportunamente formati hanno visitato in incognito i punti vendita di Sisal e hanno verificato:

- il posizionamento delle EGM (electronic gaming machines) e il loro controllo da parte di un operatore;
- l'esistenza di messaggistica in tema di gioco responsabile sullo schermo dell'apparecchio;
- l'assenza di giocatori minorenni in sala;
- la presenza di tutto il materiale informativo sul gioco responsabile;
- la presenza di informazioni e contatti di supporto per le dipendenze da gioco;
- la verifica del divieto di somministrazione di free alcol ai giocatori durante l'attività di gioco.

L'indagine ha restituito a Sisal un quadro di positività e di maturità della rete di vendita nei confronti dei temi di gioco responsabile e del divieto di gioco ai minori, in linea con i parametri oggetto del monitoraggio.

UN PROGRAMMA CERTIFICATO



[G4-15]

Nel 2015, Sisal ha arricchito il Programma di Gioco Responsabile con iniziative che rispettano pienamente i rigorosi criteri internazionali (i cosiddetti *Responsible Gaming Standards*) stabiliti dalla *European Lotteries* (*) e da *World Lottery Association* (**) al massimo livello, Level 4.



Dal 2011 il Programma viene certificato ogni tre anni dalle due associazioni internazionali, con un processo che prevede anche una valutazione da parte di un revisore indipendente.

(*) *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.

(**) *WORLD LOTTERY ASSOCIATION (WLA)*: organizzazione che rappresenta a livello mondiale i principali 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.

2. CONSAPEVOLEZZA NELLO SVILUPPO DEI GIOCHI

[G4-15]

Per rispettare gli *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, ecc.) e i suoi elementi (accessibilità dei luoghi di gioco, orari, ecc.) in base a criteri elaborati e testati da un panel di esperti mondiali. Ogni nuovo gioco, anche il recente lancio del Nuovo SuperEnalotto, è sottoposto alla certificazione GAM-GaRD.

3. FORMAZIONE DELLE NOSTRE PERSONE

[G4-DMA Training and Education]

La sensibilizzazione e la formazione delle nostre persone rappresentano un punto rilevante e un perno del Programma di Gioco Responsabile. I dipendenti e il management di Sisal vengono costantemente formati con iniziative mirate e differenziate in base alla funzione aziendale.

La formazione viene svolta in aula e online. Prevede il coinvolgimento diretto di clinici esperti e 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. UNA RETE ATTENTA

La rete distributiva di Sisal svolge un ruolo fondamentale nella promozione e nella diffusione del Programma di Gioco Responsabile. Per questo, dal 2013 l'azienda ha reso obbligatorio per tutti i nuovi ricevitori un corso dedicato al gioco responsabile sulla piattaforma di e-learning del portale dei ricevitori, con autotest finale.

A tutti i punti vendita vengono forniti materiali informativi dedicati al gioco responsabile, al divieto di gioco ai minori e ai rischi del gioco in eccesso, in modo da diffondere i messaggi del Programma a tutti gli operatori del settore e ai giocatori. Sono stati inoltre predisposti materiali relativi al gioco responsabile da applicare sugli apparecchi da intrattenimento AWP.

I punti vendita di nuova apertura ricevono inoltre indicazioni su come utilizzare e dove collocare il materiale informativo, nonché sulle sanzioni previste in caso di mancata esposizione.

5. UNA COMUNICAZIONE COMMERCIALE CORRETTA E SENSIBILE

Collaborazione con l'Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria (IAP)

Nel corso del 2015 Sisal, nell'ambito di Sistema Gioco Italia, la federazione di filiera dell'industria del gioco e dell'intrattenimento, ha contribuito alla nuova stesura del documento "Linee di indirizzo per la comunicazione commerciale dei giochi con vincita in denaro" presentato dall'Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria (IAP) per rafforzare la disciplina esistente. Nel luglio 2012, lo IAP aveva adottato una norma specifica per il settore (art. 28 ter), fissando dei criteri di correttezza per la comunicazione commerciale, ad esempio il divieto di incoraggiare il gioco eccessivo, di rivolgersi ai minori o di suggerire che il gioco possa risolvere problemi finanziari. Inoltre, nel 2013 una legge dello Stato, il cosiddetto Decreto Balduzzi, ha imposto il divieto di "incitare o esaltare la pratica del gioco", e il Codice IAP ha continuato a fornire agli operatori concrete indicazioni su come sviluppare campagne corrette.

Nel 2015, il Consiglio Direttivo IAP ha ritenuto opportuno di dar vita a una sorta di "testo unico" sulla pubblicità dei giochi, al fine di offrire agli operatori un quadro di riferimento più sistematico e stringente, e ai consumatori una maggiore tutela e una maggiore consapevolezza dei propri diritti. Chiunque infatti può segnalare le pubblicità ritenute scorrette agli organismi di controllo IAP, che intervengono con tempestività analizzando le segnalazioni ed emettendo, nei casi di non conformità al Codice, l'ordine di blocco del messaggio riprovato.

Lo IAP intendeva inoltre allinearsi alle pratiche degli altri Paesi europei e alle indicazioni della Commissione Europea, che non pone un divieto assoluto alla pubblicità dei giochi (infatti tale divieto non esiste in alcun Paese europeo), sostenendo l'autoregolamentazione quale sistema efficace di *soft law*.

Le nuove linee guida rappresentano in modo chiaro e operativo le numerose indicazioni provenienti dalla giurisprudenza del Giurì su come fare comunicazione commerciale corretta in un settore ad alto impatto sociale come quello del gioco. Sisal con Sistema Gioco Italia, riconoscendo la centralità del giocatore-consumatore, ritiene che gli stessi potranno contare su una maggior tutela dei loro diritti, considerando che il Codice di autodisciplina offre particolare tutela ai pubblici deboli, quali i soggetti che versano in particolari condizioni psicologiche o anagrafiche (minori o anziani). Le aziende possono quindi contare su indicazioni chiare, precise ma vincolanti per comunicare correttamente con il loro pubblico.

Una procedura rigorosa

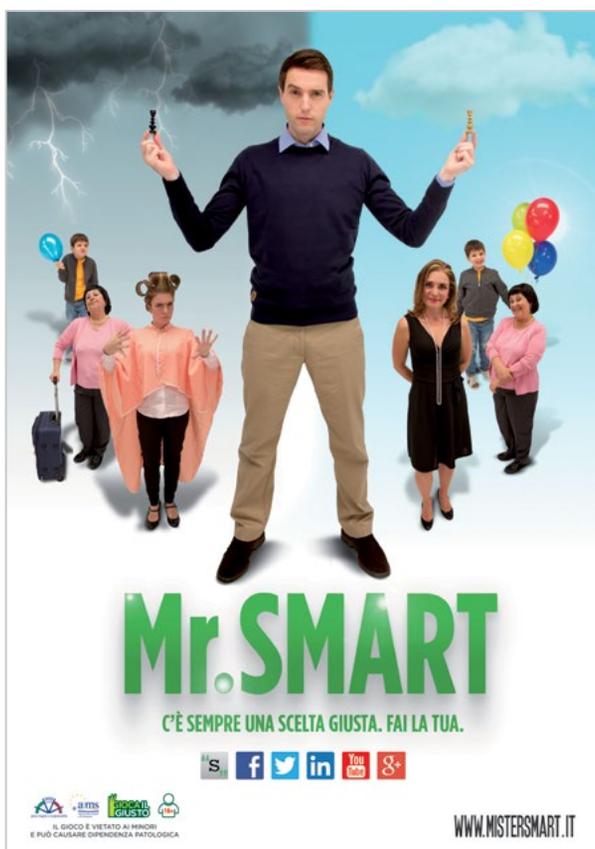
Per le proprie attività di comunicazione, Sisal si attiene rigorosamente a una procedura di verifica e approvazione di tutti i messaggi pubblicitari, nonché a una pianificazione media, che garantiscono il rispetto delle norme e dei regolamenti in materia di gioco responsabile. Le agenzie di comunicazione partner di Sisal, 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, sia del Decreto Balduzzi del 2013 (vedi sopra).

Inoltre, prima della loro diffusione, tutti i nuovi messaggi pubblicitari sono stati inviati all'Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria (IAP) per un parere preventivo, in modo da accertarne la conformità al Codice IAP e in particolare all'art. 28 ter (vedi sopra). Fra le più importanti campagne pubblicitarie del 2015 sottoposte a parere preventivo si segnalano EuroJackpot e le campagne Matchpoint.

Oltre all'applicazione di questa procedura, viene anche costantemente monitorata, per tutti i settori dove è necessario, 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 Sisal 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 servizi Sisal distinguendoli da quelli degli altri operatori) e con gli obiettivi di gioco responsabile.

Nel 2015 Sisal ha continuato l'attività di sensibilizzazione dei consumatori sui temi del gioco responsabile



6. LA SENSIBILIZZAZIONE DEI GIOCATORI

Nel 2015 Sisal ha continuato l'attività di sensibilizzazione dei consumatori sui temi del gioco responsabile.

Iniziativa 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. È quindi fondamentale dotare i punti vendita di adeguati strumenti di comunicazione in materia di gioco responsabile, con informazioni 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.giochinumerici.info) e sul sito dell'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli (www.agenziadoganemonopoli.gov.it). La comunicazione dedicata al gioco responsabile, in particolare il divieto di gioco ai minori e i rischi provocati dalla dipendenza, è presente su tutti gli strumenti di gioco e sulle ricevute delle giocate. Questi concetti sono riassunti nella frase "Il gioco è vietato ai minori e può causare dipendenza patologica", accompagnata in tutte le occasioni di comunicazione dai 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. Sugli strumenti di gioco compare inoltre una tabella con l'indicazione relativa alle probabilità di vincita delle diverse categorie.

• 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, informandoli sulle iniziative di Sisal e sui principali messaggi di gioco responsabile.

• Allestimenti

La comunicazione dedicata al gioco responsabile trova spazio anche sui 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, tutti i loghi obbligatori e il decalogo del giocatore responsabile.

Iniziativa di comunicazione digitale

Per diffondere i messaggi del Programma di Gioco Responsabile, Sisal ha sviluppato e sostenuto una serie web che promuove un approccio al gioco consapevole attraverso un linguaggio semplice, immediato e ironico. Nella serie, composta da 10 episodi, il protagonista, Mr. Smart, vive le 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 un riscontro sulla 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.

Sisal ha assunto
l'impegno fondamentale
di informare il giocatore
e renderlo consapevole
dei rischi associati a
comportamenti di gioco
in eccesso



FeDerSerD
FEDERAZIONE ITALIANA DEGLI OPERATORI
DEI DIPARTIMENTI E DEI SERVIZI DELLE DIPENDENZE

Raggruppa i professionisti dei Dipartimenti e dei Servizi delle Dipendenze e con i suoi 1.500 associati è presente in tutte le regioni italiane. Una associazione di professionisti impegnati a sviluppare e consolidare interventi clinici e preventivi su basi scientifiche, nell'interesse della persona e della società civile. La mission è migliorare la qualità degli interventi nel settore delle dipendenze patologiche e dei consumi problematici, facendo da riferimento scientifico ed organizzativo ai professionisti che hanno contribuito e contribuiscono a fare la storia e la scienza di questo settore in Italia.

Strumenti:

- rivista culturale e scientifica "Mission"
- "FeDerSerD Informa" periodico per la diffusione di studi e ricerche sito www.federserd.it con informazioni, recensioni, link, letteratura, documenti e notizie sull'associazione
- Gambling Newsletter per tutti i professionisti che si occupano di gambling

Attività:

- Organizzazione di simposi, congressi, convegni, master e corsi di formazione e di aggiornamento per operatori del settore delle dipendenze
- Sviluppo di contatti e scambi culturali con analoghe organizzazioni presenti in altre nazioni
- Promozione di rapporti con le istituzioni nazionali e regionali, ai fini di garantire la coerenza scientifica e operativa delle scelte legislative e organizzative.
- Promozione di ricerche sperimentali e cliniche atte a valutare conseguenze somatiche, psichiche e sociali di tutte le forme di addiction, allo scopo di individuare e sperimentare i possibili trattamenti efficaci di tali patologie
- Promozione di ricerche sociali e giuridiche sulla sicurezza sociale e sulla giustizia con finalità di prevenzione.

Tutti gli episodi della serie di Mr. Smart, disponibili su mistersmart.it, sono ispirati al "Decalogo del giocatore responsabile", ossia le 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, accetto 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" e i "Consigli utili per un gioco responsabile", per sviluppare un approccio consapevole e informato al gioco;
- la pagina con il numero verde e i contatti del servizio di FeDerSerD, gestito da esperti e dedicato al supporto al giocatore (vedi sotto);
- il test di autovalutazione "Che giocatore sei?", sviluppato con il supporto di esperti per verificare il proprio approccio al gioco in tempo reale e raccogliere suggerimenti.

7. ASSISTENZA AL GIOCATORE PROBLEMatico

Sisal ha assunto l'impegno fondamentale di informare il giocatore e renderlo consapevole dei rischi associati a comportamenti di gioco in eccesso. Per questo offre un orientamento ai potenziali giocatori problematici e sostiene un servizio specializzato per aiutare con competenza chi abbia superato i propri limiti, attraverso il servizio specializzato "Gioca Responsabile", nato nel 2009 per iniziativa di FeDerSerD (Federazione Italiana degli Operatori dei Dipartimenti e dei Servizi delle Dipendenze).

È un servizio totalmente gratuito, gestito da professionisti che, nel rispetto dell'anonimato, offrono consulenza, orientamento e cura sia alle persone che hanno sviluppato problemi (psicologici, relazionali, legali) dovuti agli eccessi di gioco, sia ai familiari e amici di persone coinvolte in problemi creati dal gioco eccessivo. Al team di psicologi è affiancato uno staff di consulenti (psichiatra, psicoterapeuta, avvocato) per tratta-

re gli aspetti specifici del problema legato al gioco.

Gli obiettivi del servizio “Gioca Responsabile”:

- 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.

“Gioca Responsabile” offre:

- assistenza e consulenza di esperti sul problema del gioco eccessivo;
- 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.

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;
- la chat del sito.

8. GIOCO A DISTANZA: ATTENZIONE ALLA SICUREZZA DATI E AI MINORI

Il Gruppo Sisal offre ai propri giocatori l'opportunità di giocare online attraverso i portali e le applicazioni digitali dell'azienda utilizzando tecnologie all'avanguardia che garantiscono modalità di gioco sicure, vietate ai minori e promuovendo uno stile di gioco responsabile ed equilibrato. 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 permanente del giocatore.

Il sistema di gestione dei conti di gioco online Sisal rispetta le “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 il rispetto dei principi di trasparenza e correttezza richiesti dalla legge per lo svolgimento delle operazioni. 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 n. 158 del 13 settembre 2012, sui siti dedicati vengono riportate le probabilità di vincita assegnate ai giocatori per ciascuna tipologia di gioco. Per evitare che i minori possano accedere all'offerta di gioco online, Sisal applica sia una serie di controlli collegati ai sistemi del Regolatore (Sogei) sia il proprio sistema di registrazione che è costantemente attivo per la verifica in tempo reale dei dati anagrafici, comprensivi di data di nascita e codice fiscale. Se chi prova a registrarsi non è un cittadino italiano maggiorenne e in possesso di un codice fiscale valido, il sistema Sisal rigetta automaticamente la richiesta. Per completare la registrazione e permettere all'azienda la verifica dei dati immessi è richiesto l'invio della copia di un documento d'identità del soggetto che ha compilato il modulo. Il mancato invio del documento d'identità comporta l'impossibilità di prelevare le somme presenti sul conto stesso e, dopo trenta giorni, la sospensione automatica del conto di gioco.

Gli EGR Italy Awards, che riconoscono ogni anno gli operatori più innovativi e creativi del gioco legale online, hanno premiato nel 2015 Sisal.it come Miglior Operatore per il servizio e l'attenzione al cliente, Miglior Operatore per la responsabilità sociale e Miglior Operatore Casinò. Tra i giurati dell'EGR Italy Awards figurano ex top manager di note aziende del gaming, imprenditori, consulenti e giornalisti del settore.

CERTIFICAZIONE DEL SISTEMA DI GESTIONE DELLA SICUREZZA DELLE INFORMAZIONI

[G4-DMA Customer Privacy] [G4-PR8]

Dal 2013, Sisal 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. Sisal ha inoltre ottenuto la certificazione WLA-SCS:2012, rilasciata dalla *World Lottery Association* attraverso un organo indipendente, grazie all'adozione di nuovi controlli standard specifici per il settore del gioco e delle lotterie internazionali, ora integrati nei processi aziendali di sicurezza e di gestione del rischio.

Le società del gruppo hanno nominato SISAL S.p.A. in qualità di responsabile esterno del Trattamento dei Dati personali ex artt. 4 e 29 del D.Lgs. 196/2003 e a sua volta SISAL S.p.A. ha nominato un Responsabile del Trattamento persona fisica, che presidia la compliance, i processi e gli adempimenti relativi al trattamento dei dati in possesso delle società del gruppo. Nel 2015, non si sono registrati reclami in merito a violazioni della privacy e a perdita di dati clienti.

La legalità nel gioco

PREVENZIONE E CONTRASTO AL GIOCO ILLEGALE

[G4-27]

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 realizzare attività di contrasto al gioco illecito, aiutando gli enti locali a individuare le problematiche che comportano rischi potenziali per il territorio.

Nel 2015 è proseguito, attraverso Sistema Gioco Italia (federazione di filiera dell'industria del gioco e dell'intrattenimento, aderente a Confindustria Servizi Innovativi e Tecnologici), il lavoro volto a evidenziare le maggiori criticità, proponendo soluzioni su quattro aree principali:

1. **Interventi sul territorio:** promuovere presso il regolatore la necessità di regole uniformi e vincolanti per Regioni ed enti locali. Questo presuppone di potenziare gli strumenti di prevenzione e controllo e di introdurre forme di dissuasione e limitazione dell'offerta di gioco, in modo da tutelare le fasce di popolazione potenzialmente vulnerabili.
2. **Contrasto al gioco irregolare/illegale:** contribuire insieme alle istituzioni alla comprensione e allo studio della cosiddetta "rete parallela" del gioco e intensificare le attività di educazione al gioco legale e responsabile e al rigoroso monitoraggio delle procedure antiriciclaggio. In quest'ottica, ad esempio, sono state proposte iniziative di contrasto alla frode sportiva (match-fixing), un fenomeno che alimenta la parte "sommersa" del mondo delle scommesse (vedi anche il paragrafo dedicato).
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.

L'ENTE REGOLATORE: L'AGENZIA DELLE DOGANE E DEI MONOPOLI

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

Uno degli obiettivi principali dell'Agenzia è garantire la tutela dei clienti e il contrasto all'illegalità.

L'Agenzia ha inoltre il compito di:

- definire le linee guida per lo sviluppo del settore;
- monitorare costantemente il corretto operato dei concessionari di gioco;
- intervenire, attraverso sanzioni, quando non sono rispettati gli obblighi e gli adempimenti previsti dalle concessioni.

Per quanto riguarda il controllo e la verifica dei dati della raccolta, l'Agenzia ricorre, per la parte informatica, all'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 anche con riferimento ai proventi fiscali che questo settore genera.



IL GIOCO È VIETATO AI MINORI
E PUÒ CAUSARE DIPENDENZA PATOLOGICA

CONTRASTO AL MATCH-FIXING

Con l'obiettivo di contrastare il fenomeno del match-fixing (frode sportiva), a fine dicembre 2014 la Commissione Europea ha indetto un bando intitolato "Nuovi meccanismi integrati di cooperazione tra attori pubblici e privati per identificare i rischi di scommesse sportive".

Nuovi meccanismi integrati di cooperazione tra attori pubblici e privati

Fra le diverse proposte pervenute a livello comunitario, è stata ammessa al finanziamento la proposta di progetto "Antimatch-fixing Formula: Understand, Share, Methodize, Replicate",

avanzata dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri – Dipartimento per gli Affari Regionali, le Autonomie e lo Sport, con il supporto di Sistema Gioco Italia, dell'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli e di altri partner.

Attraverso questo progetto di lavoro nazionale congiunto, Sistema Gioco Italia, federazione di filiera dell'industria del gioco e dell'intrattenimento aderente a Confindustria, ha messo a disposizione la propria conoscenza ed esperienza, identificando

i principali rischi che le partite truccate e la corruzione rappresentano per l'integrità dello sport, stabilendo nuovi meccanismi integrati e attivando una cooperazione tra autorità pubbliche, soggetti privati e autorità di contrasto, nonché tra le forze di polizia di Stati membri diversi.

Una migliore prevenzione e una risposta più rapida alle attività sospette a livello sia nazionale che internazionale rappresentano quindi l'obiettivo principale del progetto presentato dall'Italia, e che dovrebbe concludersi entro la primavera del 2017 con risvolti positivi e proficui ai fini di:

- rafforzare le azioni di prevenzione grazie alla collaborazione pubblico-privato, con un beneficio diretto per i concessionari dell'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli, oggi prime vittime del match-fixing;
- favorire un efficace processo di scambio di informazioni tra i concessionari, l'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli, l'Unità Informativa Scommesse Sportive (UISS) e il Gruppo Investigativo Scommesse Sportive (GISS) del Ministero dell'Interno;
- contrastare efficacemente l'illegalità e le infiltrazioni criminali nello sport;
- tutelare il settore del gioco legale, che interviene a sostegno dell'integrità sportiva.

LE PRINCIPALI ATTIVITÀ DELLA FUNZIONE ANTIRICICLAGGIO

Sisal ha adottato misure idonee a prevenire la commissione di attività fraudolente o finalizzate al riciclaggio di denaro. Dal 2013 Sisal Group ha formalizzato il presidio delle attività di antiriciclaggio, creando una funzione organizzativa dedicata.

In particolare, ai sensi della normativa vigente, il Gruppo è tenuto a:

- identificare e verificare adeguatamente la clientela con procedure di identificazione e verifica particolarmente rigorose (per le transazioni concernenti importi superiori a € 1.000; mentre tutte le transazioni, a prescindere dal rispettivo importo, relative al gioco a distanza sono soggette a verifica) in alcune situazioni considerate più esposte al rischio di riciclaggio e finanziamento del terrorismo;
- istituire l'Archivio Unico Informatico ("AUI");
- registrare e conservare nell'AUI i dati identificativi e le altre informazioni relative ai rapporti e alle operazioni;
- inviare i dati aggregati all'Unità di Informazione Finanziaria;
- segnalare le operazioni sospette;
- istituire misure di controllo interno e assicurare un'adeguata formazione dei dipendenti.

Ecco le principali attività svolte nel 2015 nell'ambito del settore dei giochi:

- Sono state riviste e aggiornate le procedure antiriciclaggio per le tre linee di business: Betting Retail, ADI-VLT e Online Gaming.
- Sono stati messi a regime i *Key Risk Indicator* funzionali all'individuazione dei movimenti anomali che possono portare alla segnalazione di operazioni sospette.
- È stata implementata, tramite la piattaforma di e-learning, la formazione antiriciclaggio per tutti i punti vendita Sisal Entertainment (agenzie, corner ippici sportivi, Sisal Wincity, sale VLT).
- È stata erogata, sempre tramite la piattaforma di e-learning, la formazione per il personale interno Sisal Entertainment.
- Sono state messe a regime le schede di compliance relative ai corner e alle sale VLT, oltre che alle agenzie dirette e ai partner Sisal Matchpoint.
- Sono stati introdotti i controlli antiterrorismo/compliance per i vincitori sopra la soglia di registrazione per quanto riguarda le attività di Betting e VLT, e per i titolari di conti di gioco per quanto riguarda l'Online Gaming.
- Sono state gestite le richieste di informazioni da parte delle autorità esterne in ambito antiriciclaggio.

Q & A

**SIMONETTA CONSIGLIO,
VP MARKETING, COMMUNICATION E CSR**



Come affronta Sisal la questione del gioco responsabile?

Operiamo in un mercato sensibile e il nostro primo impegno di responsabilità è quello di promuovere un gioco responsabile, equilibrato e consapevole, aderendo ai più avanzati standard di settore che sono periodicamente certificati dalla *European Lotteries* e la *World Lottery Association*. I principali obiettivi sono quelli di vietare il gioco ai minori, prevenire l'eccesso di gioco e orientare i giocatori problematici fornendo assistenza alle fasce più deboli. Lavoriamo sulla formazione inserendo il gioco responsabile nei temi destinati a tutti i dipendenti e alla rete di punti vendita, monitoriamo la rischiosità dei giochi e sosteniamo ricerche di mercato per conoscere le dimensioni del fenomeno e individuare le misure più idonee per affrontarlo.

Operiamo in un mercato sensibile e il nostro primo impegno di responsabilità è quello di promuovere un gioco responsabile, equilibrato e consapevole

Ci racconti perché la rete distributiva di Sisal svolge un ruolo fondamentale nella promozione e diffusione del Programma di Gioco Responsabile?

La rete di vendita è uno degli stakeholder più importanti e strategici per l'azienda poiché rappresenta il punto di contatto fra Sisal e il consumatore. Attraverso il contatto con la rete è possibile veicolare messaggi di responsabilità che sensibilizzano e diffondono comportamenti di gioco corretti e offrono strumenti di aiuto in caso di giocatori in difficoltà. Per questo Sisal opera in rapporto costante con la sua rete distributiva, investendo soprattutto sulla qualità del network, sul miglioramento del servizio e del dialogo con i consumatori e sulla formazione in tema di gioco responsabile.

Cosa fate per prevenire la dipendenza dal gioco?

La conoscenza e la consapevolezza del fenomeno rappresentano il primo elemento che caratterizza il nostro impegno verso il gioco responsabile. Per questo sosteniamo progetti di ricerca, monitoriamo costantemente il rischio dei nostri giochi e sosteniamo la diffusione del nostro programma di gioco responsabile. Riteniamo importante anche offrire uno strumento di aiuto ai giocatori e alle loro famiglie. La partnership con FeDerSerD ci ha permesso di sostenere il primo servizio "di sistema" di supporto sui temi dell'eccesso di gioco.

Oggi è attiva una helpline a livello nazionale (www.giocaresponsabile.it), completamente gratuita, per fornire un sostegno immediato ai giocatori attraverso informazioni approfondite, orientamento verso i servizi di cura e un percorso di trattamento assistito con il supporto di terapeuti esperti.

In che modo Sisal può garantire la protezione dei minori sulle sue piattaforme di gioco online?

Uno degli obiettivi prioritari del nostro Programma di Gioco Responsabile è la tutela dei minori. Ci siamo impegnati nella verifica di tale rispetto sia nei punti vendita sia nel canale online. Il Gruppo Sisal offre ai propri giocatori l'opportunità di giocare online attraverso i portali e le applicazioni digitali dell'azienda utilizzando tecnologie all'avanguardia che garantiscono modalità di gioco sicure, responsabili e legali.

Uno degli obiettivi prioritari del nostro Programma di Gioco Responsabile è la tutela dei minori

Per evitare che i minori possano accedere all'offerta di gioco online, Sisal applica sia una serie di controlli collegati ai sistemi del Regolatore (Sogei) sia il proprio sistema di registrazione che è costantemente attivo per la verifica in tempo reale dei dati anagrafici, comprensivi di data di nascita e codice fiscale.

Se chi prova a registrarsi non è un cittadino italiano maggiorenne e in possesso di un codice fiscale valido, il sistema Sisal rigetta automaticamente la richiesta. Per completare la registrazione e permettere all'azienda la verifica dei dati immessi è richiesto l'invio della copia di un documento d'identità del soggetto che ha compilato il modulo.



Quali sono in quest'ambito i vostri progetti più innovativi?

Ci siamo focalizzati sulla sensibilizzazione e sulla comunicazione responsabile. Abbiamo sviluppato un progetto innovativo di sensibilizzazione del giocatore affidandoci a un testimonial speciale: Mr Smart.

Mr Smart è il protagonista di una serie web che promuove un approccio al gioco consapevole, utilizzando un linguaggio semplice e immediato, ricordando il nostro decalogo del giocatore responsabile.

Con l'obiettivo di diffondere il messaggio di responsabilità legato al gioco abbiamo inoltre sviluppato due campagne di comunicazione: una dedicata all'importanza di un approccio equilibrato al gioco e l'altra al divieto di gioco ai minori.

In termini di comunicazione, continuiamo il percorso rigoroso di verifica preventiva dei messaggi commerciali destinati al pubblico. Abbiamo continuato ad applicare con rigore le linee guida per garantire una comunicazione commerciale responsabile. In questa direzione, siamo stati i promotori di un Codice di Sistema condiviso dai principali operatori del settore e dalle istituzioni. Un percorso che ha portato all'inserimento, nel Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale (IAP), di un articolo (28 ter) dedicato alla comunicazione del settore gioco.

Dialogo con i clienti: centralità del canale digitale

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 immediato. Il Gruppo si impegna quindi a ideare e sviluppare soluzioni per ottimizzare l'esperienza dell'utente, offrendo anche contenuti di approfondimento legati alla storia dell'azienda e alle iniziative interne ed esterne di Corporate Social Responsibility.

PRINCIPALI 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 2015, Sisal.com è nella Top10 nella classifica webranking tra le aziende italiane 'non quotate' con la migliore comunicazione istituzionale online. Il sito è caratterizzato da 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 digitale di Sisal.

STORYBOARD.SISAL.COM

Il blog corporate di Sisal, dedicato alla narrazione e all'approfondimento di temi ispirati ai Valori del Gruppo, si è arricchito nel 2015 grazie all'intervento di *influencer* esteri: nella rubrica "Friend's Post" sono infatti trattati temi di cultura, tecnologia, digitale e work life balance.

MOBILE.SISAL.COM

È il mobile store del Gruppo, dove è possibile scaricare tutte le App in versione IOS, Android o Windows Phone.

SISAL.IT

Su Sisal.it, portale dedicato ai giochi online del Gruppo (concessione Sisal Entertainment GAD 15155), le comunicazioni sono sia di tipo 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 quotidiani (bollette, ricariche telefoniche, ecc.), sviluppata per rispondere alle esigenze di clienti sempre più orientati verso modelli digitali e *user-friendly*. **SisalPay.it** integra una serie di servizi aggiuntivi destinati a semplificare la vita del cittadino, quali l'archiviazione delle ricevute di pagamento.

SISALWINCITY.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 inoltre il portale **Giochinumerici.info**, punto di riferimento online per tutte le informazioni sui giochi SuperEnalotto, Vinci-Casa, 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 stakeholder. Oltre agli argomenti legati alla Corporate Social Responsibility e alle iniziative aziendali che coinvolgono direttamente i dipendenti, nel 2015 hanno trovato spazio su Fb anche i grandi lanci di brand e le prime iniziative dedicate alla memoria storica di Sisal (Meic).

La pagina corporate di Sisal si inserisce in un network di brand pages del Gruppo (SuperEnalotto, Vinci per la vita – Win for Life, Eurojackpot, VinciCasa, Sisal.it, SisalPoker, SisalPay, Sisal Matchpoint) che nel 2015 ha aggregato in totale oltre 890.000 fan.

LINKEDIN

Sisal presidia attivamente LinkedIn dal 2013 con il duplice obiettivo di dialogare con i dipendenti (nel 2015 oltre il 40% dei dipendenti ha seguito la pagina di Sisal) e attrarre talenti. La strategia editoriale di Sisal, basata principalmente sulla valorizzazione delle persone, ha consentito di confermare nel 2015 il primato su LinkedIn tra i brand del settore giochi in Italia per numero di follower (oltre 18.000).

YOUTUBE

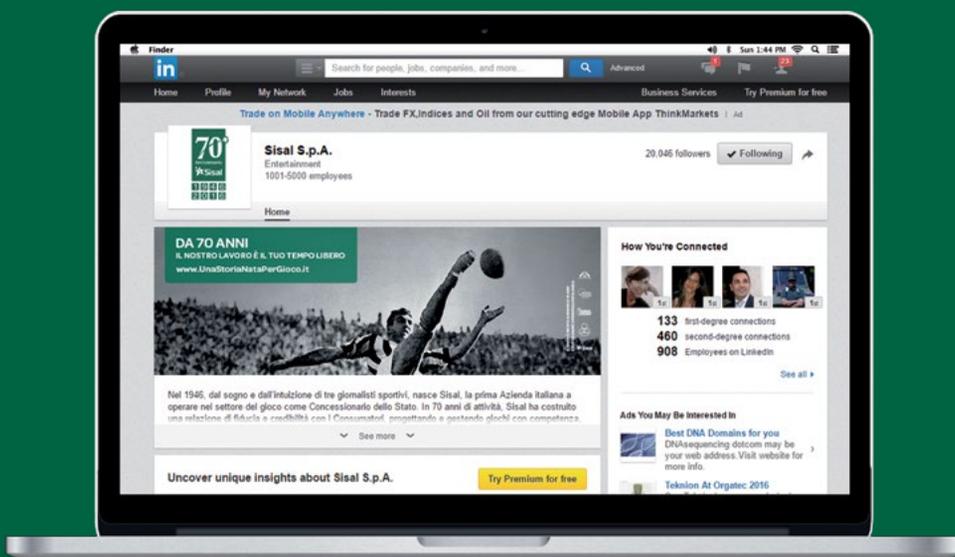
Il Gruppo è presente su YouTube con un canale istituzionale (Gruppo Sisal), che raccoglie il patrimonio video prodotto dall'azienda nel corso della sua storia, e con un canale dedicato al SuperEnalotto, che propone le estrazioni live oltre a tutorial, spot tv, eventi o iniziative di brand.

TWITTER

Attivo dal 2013, il canale Twitter dell'azienda, @Sisal_Group, dialoga con media e "influencer della rete" con un piano editoriale che privilegia i contenuti istituzionali, quali le interviste al Top Management e i riconoscimenti ottenuti dai manager, e segue live gli eventi del Gruppo, come la presentazione del Rapporto di Sostenibilità e i grandi lanci di brand. La presenza su Twitter è completata dagli account @SisalMatchpoint, @SisalPay e @SuperEnalotto, che in totale, nel 2015, hanno coinvolto oltre 20.500 follower.

GOOGLE+

Nel 2015 è stata estesa la presenza del Gruppo sul canale social di Google con l'obiettivo di incrementare la visibilità digitale della presenza retail di Sisal. Oltre alla brand page corporate, è stata attivata la presenza dei punti vendita *branded* (Sisal Wincity, Sisal Matchpoint e Sisal Smartpoint) su Google Maps, dove, per ciascun negozio, è prevista una scheda con localizzazione, orari di apertura e offerta di prodotto.





I servizi di pagamento e la rete distributiva

Servizi di pagamento: lo sviluppo di SisalPay

L'approccio del management

Grazie al costante ascolto di clienti e rivenditori, il Gruppo Sisal ha saputo cogliere la sfida del cambiamento sviluppando un nuovo modo di pagare, comodo, semplice e sicuro, assicurando nello stesso tempo la diversificazione del business. Sisal è quindi diventato un Istituto di Pagamento, autorizzato da Banca d'Italia.

UN BUSINESS DIVERSIFICATO

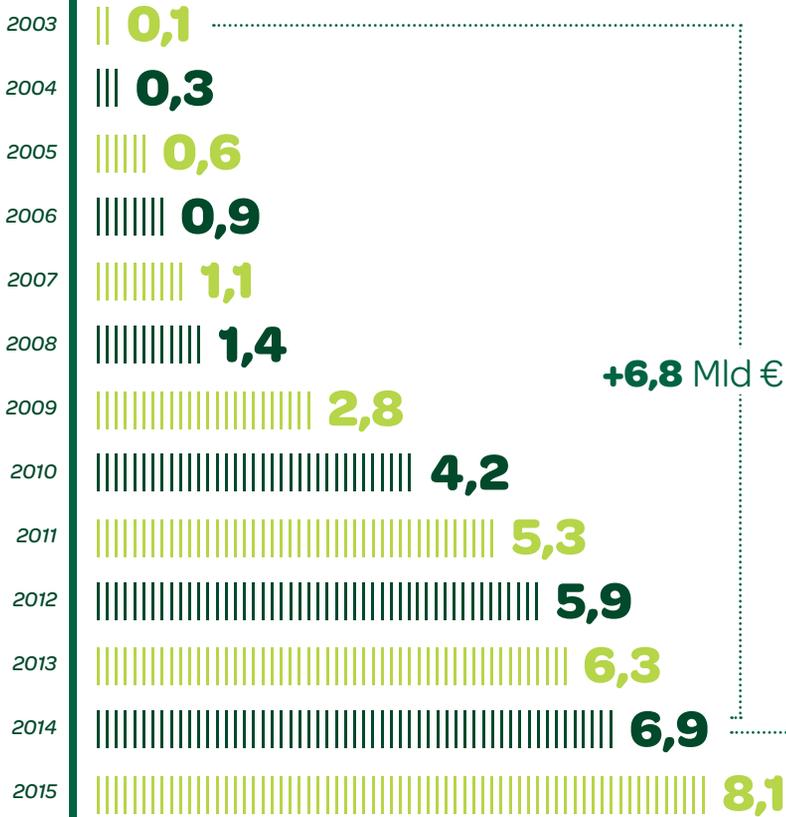
Cogliendo già dal 2008 l'importante opportunità di sviluppo nel mercato dei sistemi di pagamento, il Gruppo Sisal ha lanciato nel 2013 il brand SisalPay – primo brand specifico del mercato – che si configura come leader nel panorama nazionale e rappresenta per i consumatori una corsia preferenziale per i propri pagamenti.

Partendo da una solida strategia e da un costante presidio territoriale, SisalPay,

anche grazie a efficaci iniziative di marketing e comunicazione integrata, ha raggiunto importanti risultati, che si riflettono in una costante crescita di volumi e ricavi. Questa strategia ha portato a una trasformazione dell'azienda: al tradizionale business del gioco si è affiancato quello dei servizi di pagamento, che ha generato nel 2015 un volume d'affari di oltre 8 miliardi di euro, circa il 54% del totale del Gruppo.



VOLUME D'AFFARI SISALPAY 2003-2015
(MLD €)



PAYMENTS VS. GAMING
(%)



+1,2 Mld € (+17%)

UN'OFFERTA AMPIA E ACCESSIBILE

L'offerta, che si caratterizza per la completezza e la facilità di accesso, rappresenta un valore aggiunto per tutti i consumatori che oggi, grazie a SisalPay, possono pagare utenze e tributi, ricaricare il cellulare e le carte di credito prepagate, comodamente da casa o sotto casa.

SisalPay, che conta oltre 12 milioni di consumatori, propone oltre 500 servizi di pagamento e accordi con oltre 100 partner, fra i quali figurano le più grandi aziende italiane e internazionali e i principali player del mondo bancario e dei circuiti di pagamento.

L'offerta comprende tre principali categorie di servizi:

- pagamenti di bollette, utenze, multe, tributi e abbonamenti;
- ricariche dei principali operatori di telefonia mobile nazionale e internazionale e delle carte telefoniche internazionali;
- ricariche delle carte di credito prepagate.

SisalPay si caratterizza come un servizio di prossimità, accessibile attraverso:

- oltre 40.000 punti vendita su tutto il territorio nazionale, fra cui punti fisici di prossimità (bar, tabacchi, edicole) e una rete di oltre 6.000 punti vendita dedicati esclusivamente a Servizi e Pagamenti;
- una piattaforma digitale, SisalPay.it, per la gestione dei pagamenti 7 giorni su 7, 24 ore su 24;
- un'applicazione per smartphone, per effettuare le operazioni anche in mobilità.



UN SERVIZIO SICURO E AFFIDABILE, CHE OFFRE GARANZIE AI CLIENTI

Il Gruppo Sisal garantisce ai clienti un sistema di pagamento affidabile, trasparente e certificato, erogato 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.

I terminali in dotazione ai punti vendita sono collegati in tempo reale al sistema centrale di Sisal che assicura la registrazione e la consegna al cliente di una ricevuta, con valenza di prova dell'avvenuto pagamento nei confronti del partner commerciale.

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.

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.

LE PRINCIPALI ATTIVITÀ DELLA FUNZIONE ANTIRICICLAGGIO

Dal 2013 Sisal Group si è dotata di una Funzione Antiriciclaggio. Ecco le principali attività svolte da questa funzione nel 2015 nell'ambito dei servizi di pagamento:

- Pubblicazione della nuova procedura antiriciclaggio relativa all'Istituto di Pagamento, che prevede principalmente un nuovo modulo di adeguata verifica e un via libera preventivo del Responsabile Antiriciclaggio, prima di attivare qualsiasi nuovo contratto per i servizi di pagamento.
- Formazione alla rete distributiva, con un corso antiriciclaggio proposto tramite la piattaforma di e-learning per i punti di pagamento.
- Formazione per il personale di sede direttamente coinvolto nella nuova procedura, con una sessione formativa che ha coinvolto le funzioni Amministrazione e Finanza e Business Development, in modo da chiarire le principali novità.
- Messa a regime dei *Key Risk Indicator*, gli indicatori di anomalia per l'Istituto di Pagamento, attraverso i quali vengono analizzati i movimenti "sospetti" e valutate le segnalazioni di operazioni sospette da trasmettere alla Banca d'Italia.
- Messa a regime delle visite ispettive in ambito antiriciclaggio per i punti di pagamento.
- Gestione delle richieste di informazioni da parte delle autorità esterne in ambito antiriciclaggio.

TREDICI ANNI DI CRESCITA E INVESTIMENTI PER IL SISTEMA PAESE

In un mondo sempre più dinamico, i consumatori richiedono due elementi chiave nell'ambito dei servizi di pagamento: semplicità e capillarità. Il successo della strategia di SisalPay si basa proprio sull'ascolto e l'anticipazione dei bisogni: per questo il Gruppo ha investito complessivamente, negli ultimi sette anni, 100 milioni di euro sulla rete dei servizi, un contributo significativo allo sviluppo del Paese e alla realizzazione dell'Agenda Digitale.

Negli ultimi cinque anni, SisalPay ha effettuato importanti scelte strategiche volte all'innovazione tecnologica della rete, investendo oltre 10 milioni di euro nei progetti *Cashless* e *Stand-Along*, nell'ottica di intercettare i desideri e le esigenze dei consumatori offrendo loro l'opportunità di gestire i pagamenti in continuità rispetto ai molteplici impegni quotidiani:

- *SisalPay Cashless Payments*: SisalPay ha creato una delle più ampie reti di accettazione di moneta elettronica, abilitata ai pagamenti contactless/NFC.
- *Progetto Stand-Along*: una rete di oltre 6.000 punti vendita esclusivamente dedicati a Pagamenti e Servizi (che raggiungerà, entro il 2018, 10.000 punti attivati), dotati di un terminale innovativo e di ridotto ingombro. Questa innovazione è stata sviluppata internamente dal team SisalPay e affidata, per quanto riguarda l'ingegnerizzazione e la produzione, a un'azienda italiana leader nei terminali per il retail.

Il successo della strategia di SisalPay si basa sull'ascolto e l'anticipazione dei bisogni

La rete Sisal

LA CRESCITA DELLA RETE DISTRIBUTIVA

La rete distributiva del Gruppo Sisal al 31 dicembre 2015 comprende 45.946 punti vendita (rispetto ai 45.587 del 2014), divisi in due canali fisici, *branded* e affiliato, oltre al canale online.

Canale *branded*: 4.669 punti vendita (4.067 nel 2014), identificabili con i brand di proprietà del Gruppo: Sisal Wincity, Sisal Matchpoint, Sisal Smartpoint. 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 loro bisogni e aspettative.

Canale affiliato: 41.277 punti vendita di terze parti (41.520 nel 2014), attivi nella vendita di prodotti di gioco e servizi di pagamento e con cui Sisal ha stabilito una stretta e duratura relazione commerciale. Rappresenta un asset chiave per raggiungere un pubblico più ampio.

	2006	2015
Canale <i>branded</i>	102 (solo Matchpoint)	4.669 (compresi Matchpoint, Wincity, Smartpoint)
Canale affiliato	19.753	41.277
Totale	19.855	45.946

LA RETE DISTRIBUTIVA

31.12.2015

Sisal Wincity	21
Agenzie Sisal Matchpoint	361
Corner punti gioco sport e ippici	3.835
Sisal Smartpoint	452
Totale Canale <i>branded</i>	4.669
Punti vendita solo AWP e VLT	3.766
Punti vendita Multiprodotto giochi e servizi	30.906
Punti vendita solo servizi (Stand - Alone)	6.605
Totale Canale affiliato	41.277
Total Rete distributiva	45.946

UN DIALOGO DIRETTO

Il Gruppo considera di fondamentale importanza il ruolo svolto dalla rete distributiva per consolidare la propria reputazione e credibilità presso i clienti. 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.

Servizio ricevitorie

Ai rivenditori è dedicato un Contact Center ad accesso controllato, a garanzia della massima riservatezza. È formato da operatori esperti che, grazie ad aggiornamenti continui, nel 2015 sono stati in grado di fornire nella maggior parte dei casi risposte risolutive già al primo contatto, sia su argomenti tecnici che amministrativi. Nel 2015 il servizio di Contact Center ha risposto al 96,1% delle chiamate provenienti dai rivenditori (le cosiddette chiamate inbound). I livelli standard di servizio (SLA, Service Level Agreement) richiesti dall'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli per le pratiche GNTN sono stati pienamente rispettati (99,9%).

Il portale Retail

L'area retail è presidiata da un portale dedicato ai rivenditori Sisal (www.rivenditorisisal.it), gestito dal team Trade Marketing, che nel 2015 è stato completamente ristrutturato nel layout e arricchito di nuove funzionalità. I rivenditori possono collegarsi in qualsiasi momento, anche da tablet e da mobile, per consultare informazioni su tutti i prodotti Sisal con i relativi dati di concorso, accedere ai dati contabili della propria ricevitoria (quali borderò e fatture) e scaricare locandine sempre aggiornate per allestire il punto vendita.

House Organ

- **Sisal News:** periodico dedicato ai ricevitori per informarli 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, ecc.) 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 Wincity e Matchpoint, a cadenza trimestrale. Inviato a tutti i punti vendita, informa i rivenditori su iniziative, sviluppi e novità che riguardano il Gruppo Sisal.

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

[G4-LA10]

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.

[G4-DMA Training and Education]

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.

[G4-DMA Training and Education]

Il catalogo formativo comprende 6 corsi distribuiti in 3 macro aree: Giochi e Servizi, Normative, Marketing e Comunicazione. La piattaforma per la formazione a distanza viene costantemente 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.

NUOVO SuperEnalotto

"SORRIDI! IL NUOVO SUPERENALOTTO È ARRIVATO IN TUTTE LE RICEVITORIE. ANCHE NELLA MIA!"

Lucia Mattioli
Ricevitoria Mattioli
Via Giorgione 88
Roma

IL JACKPOT È ANCORA PIÙ RICCO
VINCI ANCHE SE FAI 2
VINCITE IMMEDIATE DA 25 €

PUOI GIOCARCI ANCHE ONLINE E DA MOBILE.

Sisal

IN PRIMA LINEA NELLA COMUNICAZIONE

Sono stati proprio i ricevitori a diventare protagonisti della campagna pubblicitaria lanciata nel 2016 a supporto del nuovo SuperEnalotto. Selezionati attraverso un casting che ha coinvolto l'intera rete dei 45 mila punti vendita, otto ricevitori hanno rappresentato il filo conduttore del piano di comunicazione, prima a febbraio su stampa, affissione e web, poi a maggio negli spot televisivi accompagnati dal claim "Sorrisi promessi, sorrisi mantenuti".

Con la loro voce e le loro emozioni, questi otto testimonial hanno dato vita, in modo fresco e autentico, alle caratteristiche del nuovo SuperEnalotto.

La campagna è stata firmata DLVBDDO.

L'attenzione di Sisal per i fornitori

Sisal svolge un'attività di valutazione e qualificazione rispetto ai fornitori di materiali, servizi e prestazioni che hanno un'influenza diretta sui consumatori finali

[G4-12] Sisal ha rapporti con numerosi fornitori, che sono partner importanti della propria attività di business. Sisal garantisce ai propri fornitori una comunicazione diretta e trasparente e la condivisione di responsabilità, collaborando sia per minimizzare e gestire i rischi di business sia per ottimizzare i prodotti/servizi.

[G4-27] Il mercato dei giochi e dei servizi è in continua evoluzione e Sisal è consapevole che accrescere il proprio vantaggio competitivo dipende anche da un miglioramento continuo nei prodotti e servizi offerti e nei modelli operativi, in termini sia di efficienza che di innovazione. Questo comporta un processo aperto di continua conoscenza e attivazione di nuovi fornitori, con un'attenzione particolare alla proposta di innovazione di valore.

[G4-27] Allo stesso tempo, Sisal è particolarmente attenta al rispetto dei requisiti normativi specifici al settore del gioco e alle aspettative dei propri stakeholder. Il raggiungimento di questo obiettivo presuppone relazioni ottimali con tutta la filiera dei fornitori e performance sempre più elevate.

[G4-12] I fornitori vengono suddivisi nelle seguenti aree di acquisto, collegate alle principali aree di attività del gruppo:

- Terminali di gioco
- Materiali di gioco
- Servizi logistici e di trasporto
- Servizi di installazione e manutenzione HW
- Servizi di call center
- Media, eventi, marketing, ricerche di mercato
- Servizi di comunicazione voce e dati
- Hardware e software
- Fornitori di piattaforme di gioco
- Servizi di consulenza
- Appalti di ristrutturazione
- Servizi alla persona e agli edifici-punti vendita
- Food & beverage.

[G4-12] L'azienda svolge un'attività di valutazione e qualificazione rispetto ai fornitori di materiali, servizi e prestazioni che hanno un'influenza diretta sui consumatori finali e sui processi nell'ambito del sistema di gestione qualità. Sisal si assicura che le attrezzature, i materiali, i servizi e le prestazioni acquistati siano conformi ai requisiti specificati nei contratti e negli ordini e verifica anche gli eventuali scostamenti tra i livelli di servizio concordati (il Service Level Agreement, SLA) e quelli effettivamente erogati.

[G4-12] Il controllo degli SLA e la valutazione di elementi specifici, quali il rispetto dei tempi di consegna e delle specifiche e la correttezza dei documenti tecnici e amministrativi, consentono un'analisi globale del fornitore e permettono di calcolare semestralmente l'Indice di Vendor Rating (IVR). Questa procedura offre un monitoraggio completo e costante delle performance e un'opportunità continua di miglioramento.

Il Codice Etico e di Comportamento adottato da Sisal ai sensi dell'ex D.Lgs. 231/01 (vedi anche a pag. 50) prevede un dialogo diretto e aperto con i fornitori per garantire la massima collaborazione nell'assicurare costantemente il soddisfacimento delle esigenze dell'azienda e dei suoi consumatori finali, in termini di qualità, costi e tempi di consegna.

Ogni fornitore è a conoscenza del Codice Etico e di Comportamento adottato da Sisal, disponibile anche sul sito aziendale. 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.

Focus sui servizi di pagamento

Maurizio Santacroce, Direttore Business Unit Payments & Services e Online Gaming, delinea risultati, strategie e sfide future legate all'area di business dei servizi di pagamento.

Il nostro modello Digital Hybrid rappresenta una perfetta combinazione di capillare distribuzione territoriale e tecnologia digitale, permettendo un miglioramento e una semplificazione dell'esperienza complessiva del cliente

Sisal è conosciuta come un player nel mercato del gioco. Perché l'azienda ha deciso di misurarsi anche nel business dei pagamenti?

Grazie al costante ascolto di clienti e rivenditori, il Gruppo Sisal ha colto la sfida del cambiamento e della diversificazione affiancando ormai da anni al tradizionale business del gioco quello dei servizi di pagamento, che rappresenta oggi più della metà del volume d'affari del Gruppo.

Seguendo la visione dell'azienda che punta su innovazione, centralità del cliente e diversificazione, ma anche attraverso il costante dialogo con istituzioni e imprese partner, è stato possibile sviluppare un modello di business in grado di unire la capillarità territoriale della rete Sisal alle sue *digital properties*, offrendosi come punto di contatto fra imprese, PA e cittadini fruitori di servizi. Il modello e l'innovativo approccio di evoluzione digitale rappresentano il miglior modo di incontrare i consumatori, senza stravolgere la loro quotidianità.

Come contribuisce SisalPay allo sviluppo del Paese?

Imprese e Pubblica Amministrazione devono collaborare in modo sempre più sinergico per sostenere gli investimenti digitali per il Paese, ma soprattutto per essere sempre vicini ai bisogni degli italiani. L'evoluzione digitale sta modificando il modo di essere consumatori e cittadini.

Il contributo di SisalPay quale partner per lo sviluppo digitale del Paese è concreto: abbiamo investito oltre 10 milioni di euro per abilitare ai pagamenti elettronici una rete di oltre 40.000 punti vendita e abbiamo sviluppato un percorso di integrazione con il Nodo Digitale dei Pagamenti che entro il 2016 porterà i servizi della PA in tutti i punti vendita SisalPay, rendendoli un nuovo canale di contatto e relazione, semplice e accessibile, con i cittadini.

Ci racconti i progetti di sviluppo di SisalPay.

Oggi lo sviluppo dell'offerta servizi deve saper sfruttare le risorse tecnologiche messe a disposizione dallo sviluppo digitale e orientare imprese e PA verso la semplificazione. Obiettivo, agevolare il processo d'acquisto e l'accesso ai servizi, garantendo al contempo un modello di fruizione che sappia incontrare i diversi livelli di competenza digitale degli interlocutori. Questo è il vero nuovo spazio di mercato, dove risultano vincenti i sistemi ibridi. SisalPay offre ad esempio la possibilità di prenotare un biglietto per un concerto o il biglietto del treno online e completare il pagamento in un punto fisico. Il nostro Digital Hybrid rappresenta dunque una perfetta combinazione di capillare distribuzione territoriale e tecnologia digitale, permettendo un miglioramento e una semplificazione dell'esperienza complessiva del cliente. SisalPay è in continua evoluzione e siamo costantemente impegnati nell'ampliamento delle partnership e dei servizi, con l'obiettivo di arricchire la nostra offerta e incontrare le esigenze dei nostri oltre 12 milioni di consumatori.

SisalPay inoltre, grazie al progetto Stand Alone, ha messo a disposizione dei propri clienti una rete di oltre 6.000 punti vendita esclusivamente dedicati a Pagamenti e Servizi, dotati di un terminale innovativo e di ridotto ingombro, una rete dedicata che raggiungerà, entro il 2018, i 10.000 punti vendita.

SisalPay garantisce i massimi standard di sicurezza e trasparenza attraverso una rete certificata che oggi gestisce circa 200 milioni di transazioni all'anno

Sisal come garantisce pagamenti sicuri attraverso SisalPay?

Sisal Group è un Istituto di Pagamento, autorizzato da Banca d'Italia e garantisce i massimi standard di sicurezza e trasparenza di erogazione del servizio attraverso una rete certificata che oggi gestisce circa 200 milioni di transazioni all'anno.

La nostra rete di punti vendita è collegata in tempo reale al sistema centrale di Sisal, che garantisce il backup delle transazioni e la disponibilità dei dati di pagamento, assicurando al cliente di poter dimostrare in qualsiasi momento di aver effettuato il pagamento presso la rete SisalPay.



Gestione responsabile

[G4-27]

Il forte senso di responsabilità di Sisal verso i propri clienti, partner e fornitori e le comunità in cui opera si rispecchia nella gestione dell'impresa, con l'ottica di generare un valore duraturo.

La crescita e il benessere dei dipendenti; una governance garante di trasparenza e solidità; un modello economico che risponda alle necessità di rinnovamento e sviluppo; e il miglioramento delle attività nell'ottica di un minor impatto ambientale, sono altrettante priorità della sostenibilità in Sisal.



L'impegno di Sisal per lo sviluppo delle persone

[G4-DMA Employment] [G4-27]

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 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. Elementi chiave sono dunque la valorizzazione delle persone, una cultura della performance fondata sui valori aziendali e la garanzia di un ambiente sicuro.

LE PERSONE IN SISAL	DATO 2015	
Numero totale di dipendenti	1.798	[G4-9]
Numero totale di dipendenti suddiviso per genere	donne: 743 uomini: 1.055	[G4-10]
Numero totale di dipendenti con contratto a tempo indeterminato suddiviso per tipologia di contratto (part-time o full-time) e per genere	donne: full-time: 476 part-time: 229 uomini: full-time: 903 part-time: 95	
Variazioni percentuale numero di dipendenti vs 2014	-8,60%	
Percentuale di dipendenti coperti da accordi sindacali	100%	[G4-11]
Composizione del Consiglio di Amministrazione distinguendo per genere	uomini: 14 donne: 0	[G4-LA12]
Composizione dei dipendenti per genere e per categoria	donne: apprendisti: 80 impiegati: 606 operai: 11 quadri: 39 dirigenti: 7 uomini: apprendisti: 69 impiegati: 809 operai: 53 quadri: 85 dirigenti: 39	
Composizione dei dipendenti per categoria secondo le seguenti fasce di età	<30 anni: apprendisti: 7% impiegati: 14% operai: 1% 30-50 anni: apprendisti: 1% impiegati: 52% operai: 2% quadri: 5% dirigenti: 2% >50 anni: impiegati: 12% operai: 1% quadri: 2% dirigenti: 1%	
Numero di dipendenti appartenenti a categorie protette	47	

Nel 2015 il Gruppo ha messo in campo alcune iniziative e progetti destinati a favorire la crescita e lo sviluppo delle persone di Sisal e a migliorare l'organizzazione lavorativa.

SMART WORKING

Nel 2015 è stato istituito un gruppo di lavoro dedicato ad approfondire il concetto e le pratiche di Smart Working (ovvero la possibilità di esercitare la propria attività lavorativa anche da remoto, quindi al di fuori della sede di lavoro e con orari non necessariamente coincidenti con quelli usuali), in vista di introdurre il "lavoro agile" in azienda, con l'obiettivo di:

- migliorare l'efficacia e la flessibilità organizzative, in una logica di fiducia e responsabilità;
- operare maggiormente per obiettivi
- favorire il Work&Life Balance;
- sviluppare l'*engagement* e la motivazione delle persone.

Sono stati realizzati un'approfondita analisi interna e un benchmark con altre realtà già attive, oltre a un significativo lavoro di formazione della popolazione aziendale – in particolare del management – per favorire la necessaria maturazione culturale e organizzativa.

Sono stati svolti:

- 11 focus group che hanno coinvolto circa 100 Manager, per valutare il livello di "readiness" dell'azienda;
- 4 workshop dedicati a quadri e dirigenti, per approfondire il concetto di leadership virtuale e le sue declinazioni pratiche.

Un corso di formazione online per tutta la popolazione aziendale è proposto in occasione della partenza dell'iniziativa. L'obiettivo condiviso prevede, dopo un primo gruppo pilota di circa 100 persone avviato nel febbraio 2016, di coinvolgere circa 600 persone – quindi la totalità della popolazione aziendale non legata in maniera imprescindibile alla sede di lavoro – entro la fine del 2017.



Volta
Smart Working in  Sisal

ACADEMY MANAGERIALE

[G4-DMA Training and Education]

[G4-LA10]

La managerialità in Sisal è strettamente legata alla gestione per progetti e alla gestione del cambiamento e della complessità, ovvero alla dimensione delle scelte finalizzate a sviluppare servizi e prodotti innovativi, all'altezza di un mercato in continua evoluzione.

Nel 2015, l'Academy si è focalizzata sui principi e le tecniche del Project Management, attraverso strumenti immediatamente applicabili nel contesto aziendale e con attenzione al valore strategico della comunicazione.

Il percorso ha coinvolto un doppio target, con obiettivi diversi:

- top management: attivare modalità e comportamenti funzionali al successo dei progetti;
- senior/middle management: apprendere metodologia e strumenti di gestione e monitoraggio dei progetti.

Si è lavorato molto concretamente su progetti aziendali in corso, ottenendo ritorni immediati nella quotidianità e consentendo sia di acquisire metodi e strumenti standard Sisal – per parlare tutti «la stessa lingua» – sia di avere una preparazione idonea all'ottenimento della certificazione PM, secondo lo standard internazionale del PMI.

WISE – LEADERSHIP AL FEMMINILE

[G4-DMA Diversity and Equal Opportunity]

WiSe – Women in Sisal Experience è un progetto nato nel 2013 con l'obiettivo di sostenere lo sviluppo di uno stile di leadership personale, 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.

WiSe ha proposto nel 2015 il WomenLab, ponendosi nuovi obiettivi di leadership generativa e di self leadership.

Partendo dall'esigenza dichiarata dalle donne leader in Sisal di:

- consolidare il network,
 - essere parte attiva e propositiva nelle proprie scelte e nelle scelte aziendali,
 - sviluppare a pieno il proprio potenziale e i propri valori,
- il Lab ha intrapreso un percorso di group coaching, alternato a colloqui individuali, affrontando temi quali la resilienza, la learning agility e l'innovazione, con l'obiettivo di rendere le donne protagoniste della loro vita professionale e di farle diventare "role model" per altre donne.

Il lavoro del WomenLab – in termini di raccolta di esigenze e di contributi – è in seguito confluito nel percorso seguente di Leadership al femminile, permettendo di progettarne al meglio i contenuti.

CENTRO DI SVILUPPO DELLE COMPETENZE

[G4-DMA Training and Education] [G4-LA10]

Il Centro di Sviluppo delle Competenze, novità dell'ultima parte del 2015, è un progetto con cui Sisal sperimenta e diffonde in azienda un modello di autoapprendimento basato su percorsi di formazione "blended" (ossia formazione mista, che integra vari canali e modalità didattici).

Tramite una survey interna, Sisal ha infatti raccolto il bisogno di una modalità di apprendimento diversa dalla formazione classica in aula, che offra maggiore flessibilità e velocità e che possa essere autogestita e personalizzata.

La survey è stata realizzata con la collaborazione del Team Market Intelligence interno, che ha svolto una ricerca qualitativa (focus group) e quantitativa (questionario di 52 domande), coinvolgendo un campione statisticamente significativo della popolazione aziendale (43%), equamente distribuito tra impiegati, quadri e dirigenti.

L'indagine ha permesso di elaborare raccomandazioni e spunti di riflessione per:

- analizzare i bisogni formativi dei dipendenti;
- comprendere le loro competenze e modalità di apprendimento;
- capire qual è la percezione delle competenze future in vista dei cambiamenti tecnologici e sociali;
- verificare nuove modalità di apprendimento continuo.

Da queste considerazioni è nato il progetto, che consente di alternare momenti di formazione in aula a momenti di web learning in totale autonomia di gestione del tempo. Il Centro di Sviluppo delle Competenze è finalizzato alla crescita delle soft skill (competenze comportamentali) organizzative e permette di acquisire metodologia e strumenti operativi.

Il Centro inoltre:

- favorisce la leva del self-development come strategia di efficacia professionale;
- permette di realizzare un bilancio delle proprie competenze comportamentali;
- consente l'individuazione di priorità di apprendimento e il miglioramento continuo delle competenze, allineando i bisogni individuali a quelli organizzativi;
- coinvolge vari target aziendali nei processi di apprendimento delle soft skill, delegando ai singoli i tempi e la gestione dei piani formativi.

WOW TEAM 2.0

A metà del 2015 è stata data un'anima nuova al WoW team, gruppo di lavoro interfunzionale nato nel 2013 per dare voce a idee di miglioramento aziendale e metterle in campo.

Dopo due anni di mandato, il gruppo ha sentito l'esigenza di rinnovarsi, creando un processo di candidatura sulla intranet WeSisal. Nella sezione appositamente creata sono stati presentati i protagonisti del gruppo, la storiografia dei progetti introdotti e una pagina di iscrizione, dove erano invitate a fare parte del WoW team persone partecipative, entusiaste e creative.

A conclusione del periodo di raccolta delle candidature, supportato dalla funzione Sviluppo HR, è nato il WoW team 2.0. Composto da 15 persone, si è dedicato nei mesi finali del 2015 alla costruzione interna del gruppo attraverso un team building, nonché a temi legati allo Smart Working e al Predictive Index Team (attitudine e capacità su cui riconoscersi reciprocamente). L'obiettivo del WoW team 2.0 sarà quello di progettare corsi di formazione interna dedicati a tutta la popolazione Sisal su temi di interesse comune.



A TEATRO CON SISAL

"A teatro con Sisal" è l'iniziativa ideata insieme al Piccolo Teatro per tutte le persone in 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.

FORMAZIONE	DATO 2015	
Ore medie di formazione suddivise per genere	donne: 22 ore medie uomini: 19 ore medie	
Ore medie di formazione suddivise per categoria	operai: 13 apprendisti: 16 impiegati: 16 quadri: 39 dirigenti: 10	[G4-LA9]
Percentuale di dipendenti che ricevono regolarmente valutazioni delle performance e dello sviluppo della propria carriera	100%	[G4-LA11]

NUOVE ASSUNZIONI E TURNOVER	DATO 2015	
Numero di nuovi assunti suddivisi secondo le seguenti fasce di età	<30 anni: 68 30-50 anni: 91 >50 anni: 11	
Numero di nuovi assunti suddivisi per genere	donne: 67 uomini: 103	
Tasso di nuove assunzioni suddivise secondo le seguenti fasce di età:	<30 anni: 40% 30-50 anni: 54% >50 anni: 4%	[G4-LA1]
Tasso di nuove assunzioni suddivise per genere	donne: 40% uomini: 60%	
Tasso di turnover suddiviso secondo le seguenti fasce di età	<30 anni: 27% 30-50 anni: 61% >50 anni: 12%	
Tasso di turnover suddiviso per genere	donne: 49% uomini: 51%	

La corporate governance in Sisal Group

L'approccio del management

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

LE SOCIETÀ DEL GRUPPO

[G4-7]

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.

In particolare le responsabilità sono così distribuite:

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, antiriciclaggio

SISAL S.P.A.

- Gestione giochi
- Commercializzazione beni e servizi tramite la rete di ricevitorie

SISAL POINT S.P.A.

- Servizi alla rete di vendita

SISAL ENTERTAINMENT S.P.A.

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

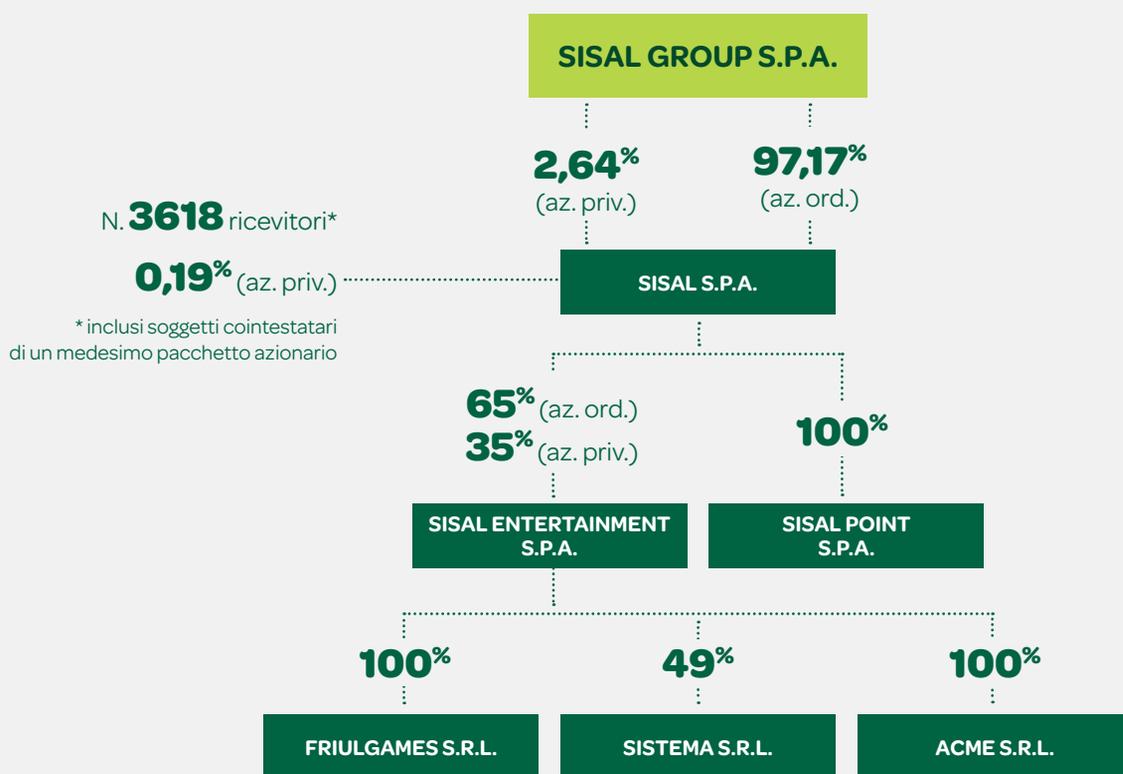
FRIULGAMES S.R.L.

- Noleggio e manutenzione di apparecchi da intrattenimento

ACME S.R.L.

- Produzione di apparecchi da intrattenimento

SOCIETOGRAMMA AGGIORNATO AL 31 DICEMBRE 2015



LA GOVERNANCE DI SISAL GROUP

[G4-34]

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

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
- Giorgio Dinaro
- Giuseppe Farchione
- Stefano Giambelli
- Alessandro Papetti
- Maurizio Santacroce
- 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: Giancarlo Aliberti, Giuseppe Farchione, Roberto Zanchi
- Comitato per il Controllo: Roberto Zanchi, Giuseppe Farchione, Stefano Giambelli

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

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 (vedi a pag. 49) ed è dotata di un Organismo di Vigilanza (di seguito O.d.V.).

L'Organismo di Vigilanza è composto da 3 membri:

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

Comitato Rischi

Costituito con delibera del CdA di Sisal Group del 26 marzo 2013, è oggi composto da:

- Emilio Petrone
- Andrea Castellani
- Marco Caccavale
- Roberto Di Fonzo
- Francesco Durante
- Giovanni Maggi
- Corrado Orsi
- Maurizio Santacroce

Gli azionisti

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.r.l, una società partecipata 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

[G4-13] A fine maggio 2016, CVC Capital Partners ha annunciato l'acquisizione del 100% di Sisal Group S.p.A. dai fondi gestiti da Apax Partners, Permira e Clessidra. L'operazione, il cui perfezionamento è previsto nel corso del 2016, ha un valore di impresa pari a 1 miliardo di euro.

Per ulteriori informazioni si rimanda al comunicato stampa del 30 maggio 2016 www.sisal.com

La struttura societaria
è articolata in
modo da garantire,
a ogni livello della catena
di controllo, trasparenza,
compartecipazione
e solidità

LA NOSTRA ORGANIZZAZIONE

Quattro Business Unit focalizzate sui segmenti di mercato e Funzioni Centrali per garantire coerenza ed efficienza operativa:

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, nonché al Bingo. La Business Unit Retail Gaming gestisce inoltre il canale *Branded* e una parte dei punti vendita del Canale Affiliato.

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.

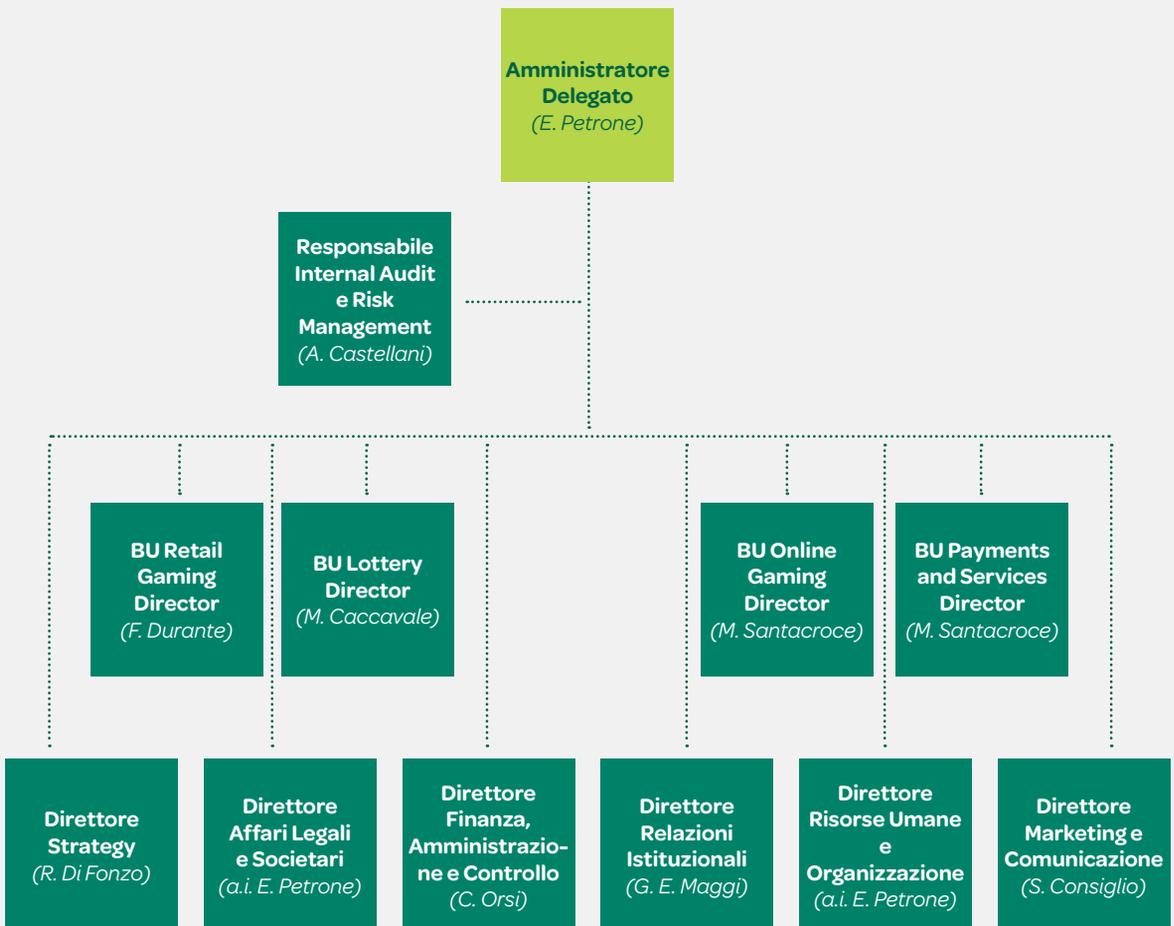
Business Unit Online Gaming

Gestisce le attività svolte nel comparto della raccolta giochi e scommesse online attraverso il portale Sisal.it e il canale mobile.

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 DEL GRUPPO SISAL



IL SISTEMA DI CONTROLLO INTERNO E GESTIONE DEI RISCHI

[G4-14]

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. 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 in relazione tra loro, che consentono al Gruppo di identificare, analizzare e valutare i rischi connessi alle attività e agli obiettivi aziendali, di predisporre adeguate contromisure e monitorare costantemente le attività in corso.

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 Comitato per il Controllo si è riunito in quattro occasioni nel corso del 2015, 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 si è incontrato in due occasioni nel 2015.

Il risk management

[G4-14]

Sisal ha implementato il proprio sistema di controllo facendo riferimento al modello di gestione dei rischi elaborato 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 coinvolge tutta l'azienda, volto a identificare e misurare il grado di influenza che gli eventi potenziali possono avere sul raggiungimento degli obiettivi. Vengono valutate due dimensioni rilevanti: la probabilità di accadimento degli eventi e il possibile 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'ERM sono oggetto di monitoraggio continuo, al fine di presidiare il sistema di controllo, assicurandone il mantenimento, l'aggiornamento e il miglioramento.

Dal 2008 a oggi, Sisal si è dotata di un sistema strutturato di gestione dei rischi. I processi di valutazione e analisi dei rischi sono stati attivati a vari livelli e in diversi ambiti societari. L'elevato livello di coordinamento e collaborazione raggiunto fra gli organi di controllo ha reso il sistema più efficiente, aumentando anche la consapevolezza dell'importanza del sistema di controllo quale asset strategico. 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

Con il Decreto Legislativo n. 231/2001 (di seguito anche Decreto) è entrato in vigore un nuovo regime di responsabilità delle imprese: un'azienda può essere riconosciuta direttamente responsabile, e sottoposta a sanzioni, qualora una persona collegata ad essa commetta determinati reati nell'interesse o a vantaggio dell'azienda.

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:

- Codice Etico
- Sistema di protocolli e procedure interne, contromisure per la prevenzione del rischio di reato
- Organismo di Vigilanza (di seguito anche O.d.V)
- Mappa dei poteri conferiti
- Sistema sanzionatorio

L'O.d.V. ha il compito di vigilare sull'idoneità e l'efficace attuazione del Modello Organizzativo. L'O.d.V., i cui membri sono scelti fra candidati di elevata professionalità e con competenze complementari, riferisce direttamente al Consiglio di Amministrazione.

Tutti i dipendenti e gli interessati sono tenuti alla massima collaborazione nei confronti dell'O.d.V, attraverso la comunicazione immediata di ogni informazione o notizia relativa al sospetto di reati rilevanti ai fini del Decreto; la segnalazione di ogni anomalia; la messa in evidenza di ogni inefficacia del Modello Organizzativo. Tutti i destinatari sono stati informati dell'esistenza e del contenuto del Modello Organizzativo, sia attraverso la rete intranet aziendale, sia attraverso formazioni articolate a seconda della qualifica dei destinatari e del livello di rischio dell'area in cui operano.

L'O.d.V. 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 costante aggiornamento. Il Modello Organizzativo, compreso il Codice Etico e di Comportamento, è stato aggiornato e approvato dal Consiglio di Amministrazione nell'ultimo trimestre del 2015.

Dipendenti, amministratori,
sindaci, collaboratori
e partner commerciali
si devono attenere,
nello svolgimento
delle proprie attività,
ai principi
di comportamento
definiti nel Codice Etico

Il Codice Etico e di Comportamento

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 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 hanno contrattualmente 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.

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

La performance economica

[G4-DMA Economic Performance]

L'approccio del management

Per rispondere alla necessità di rinnovamento e di crescita, il Gruppo Sisal ha ideato un modello di sviluppo in grado di generare valore duraturo nel tempo, investendo in tecnologia e innovazione, diversificando la propria offerta con lo sviluppo nel settore dei pagamenti e attraverso l'integrazione fra canale digitale e fisico.

I MERCATI DI RIFERIMENTO: SCENARIO E TREND 2012-2015

[G4-8]

Il Gruppo opera in due mercati – i giochi con vincite in denaro e il mercato “aggredibile” dei servizi di pagamento – che insieme hanno raggiunto nel 2015 un valore superiore a 173 miliardi di euro, con un peso del mercato dei servizi “aggredibile” che sfiora la metà del totale. Entrambi i mercati mostrano un trend in crescita nel 2015 rispetto al 2014 (+4,5% per i giochi, +0,2% per i servizi).

Giochi

[G4-8]

Alcune tendenze hanno segnato questo mercato nel 2015. Il pay-out, ovvero quanto restituito ai giocatori sotto forma di vincite, è decisamente aumentato e ha raggiunto l'anno scorso il valore di 71,2 miliardi di euro (+5,3% rispetto al 2014). Di conseguenza, la spesa reale del pubblico, definita come differenza fra la raccolta complessiva e le vincite erogate, risulta in decisa diminuzione (-1,6% in CAGR nel periodo 2012-2015).

La crescita del mercato dei giochi nello scorso anno è stata trainata dall'andamento positivo delle scommesse sportive. Infatti, il CAGR di questo comparto segna una crescita del 16,1% fra il 2012 e il 2015. Si segnala inoltre l'affermazione del gioco online, il cui peso sul mercato è passato dal 2,5% del 2007 al 19,2% del 2015.

RACCOLTA GIOCHI	2012	2013	2014	2015	CAGR 2012/2015
Lotterie	17.765	17.321	17.258	17.195	-1,1%
Scommesse e CPS	5.007	4.651	6.285	7.836	16,1%
ADI	49.764	47.391	46.744	48.161	-1,1%
Bingo	1.763	1.664	1.624	1.598	-3,2%
Skill, Card & Casinò Games	13.972	13.281	12.318	13.229	-1,8%
Totale Mercato dei Giochi	88.270	84.308	84.229	88.019	-0,1%

* dati in milioni di euro

Servizi di pagamento

[G4-8]

Analizzando i diversi segmenti del mercato, è evidente la sempre maggiore importanza del comparto dei servizi finanziari, che nel 2015 supera i 27 miliardi di euro di raccolta, con un CAGR 2012-2015 del 14,1%. Il segmento delle ricariche, invece, continua il suo trend decrescente, dovuto a una profonda modifica dell'offerta da parte dei principali player delle TLC. I pagamenti sono anch'essi in diminuzione, per via dell'incremento degli addebiti diretti, dello spostamento di alcuni pagamenti di tasse verso modalità di incasso tipicamente bancarie (F23 / F24) e di un leggero decremento della bolletta media.

Per maggiori informazioni sui trend di mercato, si rimanda al Bilancio Consolidato di Sisal Group al 31 dicembre 2015.



I RISULTATI ECONOMICI

Complessivamente, nel corso del 2015, il Gruppo Sisal ha raccolto 15,1 miliardi di euro (+8,3%), grazie all'ulteriore crescita del comparto servizi (circa 8,1 miliardi, +17,3%), a fronte di una raccolta del comparto gioco rimasta sostanzialmente in linea con quella dell'anno precedente (circa 7 miliardi).

[G4-9]

I ricavi consolidati ammontano nel 2015 a 787 milioni di euro, in diminuzione del 4,1% rispetto al 2014. Questo calo è principalmente dovuto agli effetti della Legge di Stabilità 2015 sul comparto degli apparecchi da intrattenimento, che ha determinato, in particolare, una diminuzione pari a 500 milioni di euro degli importi destinati alla remunerazione degli operatori di tutta la relativa filiera (concessionari, gestori ed esercenti). Il Gruppo ha reagito a questa evoluzione del quadro normativo di riferimento attraverso un rinnovato sforzo di ampliamento e diversificazione dell'offerta e di intensificazione delle politiche di controllo e ottimizzazione delle proprie strutture di costo.

Anche grazie a queste iniziative è stato possibile contenere la diminuzione dei livelli di redditività lorda e operativa (sterilizzati gli effetti degli oneri non ricorrenti) rispettivamente a -3,4% e a -5,1% rispetto ai dati analoghi del 2014. Questi sforzi, 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 39 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.

Nella tabella che segue vengono riassunti i 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 (per ulteriori informazioni di carattere economico-finanziario si rimanda al Bilancio Consolidato Sisal Group S.p.A. al 31 dicembre 2015 – <http://www.sisal.com/investor-relations/documenti-finanziari/bilanci>)

PRINCIPALI DATI DI BILANCIO 2015 SISAL GROUP (in migliaia di euro)

	2015	2014	VARIAZIONE
Totale Ricavi e proventi	787.077	820.978	- 4,1%
EBITDA Adjusted	182.332	188.843	- 3,4%
Reddito Operativo Adjusted	71.609	75.468	- 5,1%
Risultato dell'esercizio	(39.711)	(999)	n.s.

RELAZIONI CON LE BANCHE E LA COMUNITÀ FINANZIARIA

[G4-27]

I volumi di raccolta gestiti dal Gruppo Sisal vengono veicolati interamente attraverso il sistema bancario, e il Gruppo intrattiene rapporti consolidati con le principali banche operanti sul territorio nazionale e internazionale.

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 versamenti 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 ai partner 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.

IL CONTRIBUTO DI SISAL ALLA FISCALITÀ GENERALE

Il mercato dei giochi in Italia contribuisce in modo significativo alla finanza pubblica, anche se negli ultimi anni gli andamenti macroeconomici e di settore hanno determinato una tendenziale stabilizzazione del prelievo erariale, dopo un periodo, coincidente con la seconda metà del primo decennio 2000, di significativa crescita. In particolare, nel 2015 le entrate erariali complessive derivanti dai giochi si sono assestate a circa 8,7 miliardi di euro, con un tasso di crescita medio negli ultimi 4 anni di circa 0,4%.

Di questi 8,7 miliardi, circa 1 miliardo deriva 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.

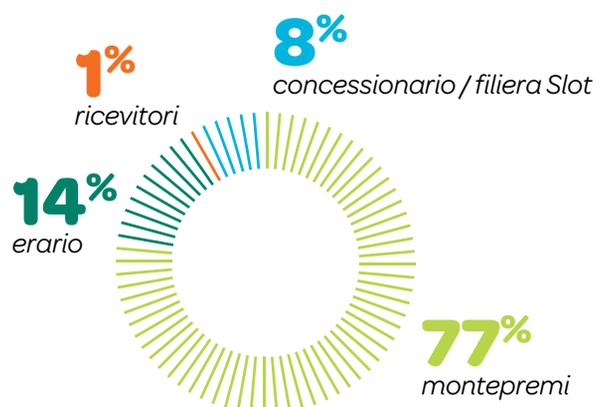
Con riferimento alle attività del Gruppo Sisal nel 2015, ecco come vengono ripartiti i flussi finanziari derivanti dalla gestione dei giochi:

- **Raccolta:** 7 miliardi di euro circa
- **Vincite complessivamente erogabili:** 5,4 miliardi di euro circa (poco più del 77% della raccolta, contro il 74% circa del 2014)
- **Compensi liquidati alle reti di raccolta sul territorio:** 0,1 miliardi di euro circa

- **Compensi riconosciuti alle società concessionarie del Gruppo:** 0,5 miliardi di euro circa (inclusivi, per quanto riguarda la raccolta del gioco lecito tramite apparecchi da intrattenimento, delle remunerazioni retrocesse alla relativa filiera)
- **Prelievi erariali:** 1 miliardo di euro circa (il 14% della raccolta circa, contro un dato complessivo di mercato di circa il 10%).

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

RACCOLTA COMPLESSIVA DEI GIOCHI



LA PRODUZIONE E LA DISTRIBUZIONE DELLA RICCHEZZA GENERATA

[G4-EC1]

Di seguito sono riportati i dati economici consolidati 2015 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.

[G4-EC4]

Non si segnalano finanziamenti ricevuti dalla Pubblica Amministrazione.

Il Gruppo non ha inoltre subito nel corso del 2015 sanzioni significative per non conformità a leggi o regolamenti.

DETERMINAZIONE DEL VALORE AGGIUNTO (in migliaia di euro)

	2015	%
A) Valore della Produzione	787.077	100,0%
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	787.077	
B) Costi intermedi di produzione	506.298	64,3%
Consumi di materie prime, sussidiarie e di consumo	10.394	
Costi per servizi	443.237	
Costi per godimento beni di terzi	24.248	
Accantonamenti per rischi	(692)	
Oneri diversi di gestione	29.111	
VALORE AGGIUNTO CARATTERISTICO LORDO	280.779	35,7%
Proventi finanziari	503	
VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO	281.282	35,7%
Ammortamenti, svalutazioni e ripristini di valore	130.257	
VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO	151.025	19,2%

Il Valore aggiunto Globale Netto nel 2015 si è attestato a circa 151 milioni di euro.
La tabella sotto evidenzia la ripartizione tra i vari stakeholder.

DISTRIBUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO *(in migliaia di euro)*

	2015	%
A) Remunerazione del personale	90.463	59,9%
Costi per il personale	85.337	
TFR	5.126	
B) Trasferimenti alla pubblica amministrazione	10.234	6,8%
Imposte dirette	7.412	
Imposte indirette	2.822	
C) Remunerazione del capitale di credito	84.846	56,2%
Oneri per capitali a breve termine	1.220	
Oneri per capitali a lungo termine	83.626	
D) Remunerazione del capitale di rischio	0	0,0%
Utili distribuiti a soggetti terzi al gruppo	0	
E) Remunerazione dell'azienda	(39.711)	-26,3%
Utili non distribuiti	(39.711)	
F) Trasferimenti alle comunità	5.193	3,4%
Tasse e imposte locali	2.775	
Liberalità	194	
Sponsorizzazioni	2.224	
VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO	151.025	100,0%

L'attenzione per l'ambiente

[G4-DMA Emissions] [G4-DMA Products and Services]

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, accomunate dall'obiettivo di ridurre l'inquinamento e lo spreco di risorse, e che riguardano la riduzione dei consumi cartacei, il risparmio energetico e la riduzione delle emissioni.

Dal 2001, Sisal si è dotata di un sistema di gestione della qualità (ISO 9001). La certificazione del sistema di gestione della qualità ha significato diffondere in azienda un'idea di qualità più ampia, in cui anche l'ambiente riveste un'importanza cruciale e che testimonia l'attenzione dell'azienda al proprio impatto ambientale.

differenziata che riguardano i consumabili esausti. In corrispondenza di ciascuna stampante multifunzione è stato posizionato un apposito contenitore per lo smaltimento. Il corretto smaltimento dei rifiuti è uno degli ambiti principali in cui l'azienda e i suoi dipendenti concretizzano l'impegno verso l'ambiente.

L'EDUCAZIONE AMBIENTALE IN SISAL

Tutti i dipendenti sono chiamati ad adottare comportamenti e atteggiamenti ispirati a una corretta ed equilibrata gestione delle risorse.

- **“Più attenzione – Meno illuminazione”:** attraverso questo slogan, i dipendenti sono sollecitati a mettere in pratica piccoli gesti quotidiani, a partire dallo spegnimento degli apparecchi elettronici e delle luci del proprio ufficio a fine giornata. Anche le luci delle aree comuni vengono spente al termine del servizio.
- **Evitare le stampe inutili:** 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. È stata inoltre attivata una campagna di delocalizzazione di documenti cartacei allo scopo di ottimizzarne la consultazione evitando inutili copie.
- **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. Presso le sedi di Milano, Roma, Peschiera Borromeo e Lecco sono state avviate le attività di raccolta

CONSUMI E RISPARMI

Risparmio energetico

- **Sostituzione degli impianti di riscaldamento e raffrescamento della sede di Milano:** questa importante iniziativa è stata avviata nel 2015 e si concluderà entro il 2016. Oltre alla sostituzione degli impianti, cambierà anche la modalità di rifornimento degli stessi, impiegando il gas metano con l'ausilio di risorse geotermiche. Questo rifornimento porterà a un risparmio energetico e alla diminuzione dell'impatto ambientale, dovuta all'impiego di combustibili meno inquinanti.
- **Iniziative nelle sedi di Milano e Roma:** nel 2015 il sistema di raffreddamento dell'aria degli oltre 500 mq del centro elaborazione dati della sede di Milano è stato rinnovato, mentre presso la sede Sisal di Roma è terminata l'installazione delle plafoniere a LED all'interno degli uffici, che regolano automaticamente l'immissione della luce in ambiente.

Riduzione dell'impatto ambientale

Dal luglio 2010, la Divisione Logistica di Sisal ha rivisto il parco fornitori per selezionare coloro che, garantendo un buon livello qualitativo e competitivo, avessero dimostrato una maggiore attenzione ambientale.

• [G4-EN 27] 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 di 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 2015 assestando i consumi di energia intorno a 23 gigawatt. L'impiego di energia prodotta da fonti rinnovabili rispetto a quella prodotta tramite fonti convenzionali ha consentito di evitare l'immissione di circa 14.600 tonnellate di CO₂ in atmosfera.

• **[G4-EN 27] Certificazione FSC®:** tutti i fornitori di materiali da gioco sono certificati FSC® in considerazione dell'elevato uso di carta termica nella rete di punti vendita. 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. (*)

• **Carta e stampanti:** nel 2015 si sono aggiunti nuovi fornitori sostenibili per la fornitura della carta e dei servizi per le stampanti multifunzione. È stato raggiunto un risparmio sui costi della carta, ma soprattutto è diminuita la quantità di carta a stock. Sono stati inoltre individuati nuovi modelli di stampanti che offrono maggiori prestazioni e minor impiego di cartucce di toner e altri accessori. Le stampanti verranno installate nel 2016 a partire dai negozi per le scommesse, sostituendo le precedenti.

• **[G4-EN 19] Auto elettriche:** Sisal ha in dotazione quattro auto elettriche, riservate ai dipendenti per gli spostamenti di lavoro all'interno delle città di Milano e Roma. Queste automobili hanno percorso complessivamente 30.000 chilometri, evitando l'immissione di 3,5 tonnellate di CO₂. Nel corso del 2016 il parco delle vetture elettriche verrà sostituito con modelli più recenti, in grado di garantire maggiore autonomia e migliori performance.

• **Modernizzazione del parco auto:** a seguito della gara intrapresa nel 2014 per la selezione di nuovi fornitori di servizio di noleggio a lungo termine per le auto, Sisal ha sostituito, nel 2015, oltre 110 veicoli. La gara per la selezione dei fornitori viene reiterata ogni sei mesi circa allo scopo di ottenere sempre maggiori vantaggi e di introdurre nella flotta vetture sempre più moderne e con minori consumi.

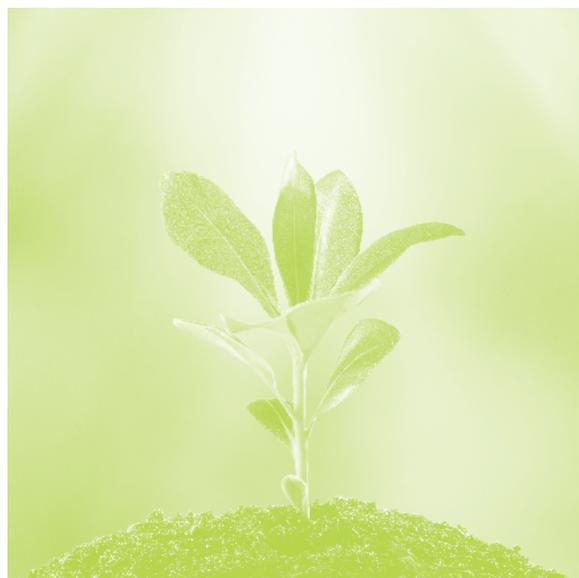
• **Ottimizzazione dei processi logistici:** la divisione Logistica di Sisal adotta procedure di gestione delle movimentazioni che tengono costantemente sotto controllo l'impatto delle attività sull'ambiente. Sisal ha rivisto e riorganizzato i propri processi logistici al fine di ottimizzare le spedizioni ed eliminare le eccedenze di consumo in termini di consegne e ritiri dei materiali. Fra i principali punti di attenzione, 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.

Riduzione dei consumi

L'attenzione dell'azienda è focalizzata soprattutto sulla riduzione delle stampe.

• **Programma Stock Store:** l'utilizzo dal 2013 di questo programma, che gestisce il controllo delle scorte e dei riordini di materiali presso le ricevitorie, nonché il monitoraggio del consumo di carta, ha permesso di mantenere nel 2015 il consumo di carta termica nei punti vendita ai livelli del 2014.

• **Firma digitale:** con l'obiettivo di ridurre ulteriormente i consumi cartacei, nel 2015 è stato introdotto l'utilizzo della firma digitale, oltre che per i contratti della rete distributiva, anche per quelli dell'area degli apparecchi da intrattenimento.



(*) Il marchio FSC® certifica la provenienza della carta da foreste gestite in maniera corretta e responsabile secondo rigorosi standard ambientali, sociali ed economici. Il Forest Stewardship Council 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.

NOTA METODOLOGICA

Il Rapporto di Sostenibilità di Sisal¹ rappresenta il principale strumento di rendicontazione, comunicazione e programmazione delle attività di responsabilità sociale del Gruppo.

Il presente documento, giunto ormai alla sua settima edizione, è redatto con frequenza annuale **[G4-30]**, prendendo come riferimento l'esercizio dal 1° gennaio 2015 al 31 dicembre 2015 **[G4-28]**.

[G4-17b] Il perimetro di rendicontazione è analogo a quello dell'esercizio precedente², includendo tutte le società del Gruppo Sisal e non presenta differenze nei criteri di consolidamento adottati rispetto a quanto riportato nel Bilancio Consolidato. **[G4-17a]** 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 2015 è stato redatto in conformità agli International Financial Reporting Standards. **[G4-22]** **[G4-23]** Nel presente documento non sono stati effettuati cambiamenti significativi in merito agli aspetti "boundary" e di "scope" e non si rilevano "restatement" delle informazioni fornite nelle precedenti versioni.

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 all'interno dello specifico paragrafo "L'analisi di materialità". **[G4-32a]** 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 2015 sono stati posti a confronto con quelli del 2014.

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

1. 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.
2. **[G4-29]** Il precedente Rapporto di Sostenibilità prendeva a riferimento l'esercizio dal 1° Gennaio 2014 al 31 Dicembre 2014.

[G4-32] G4 CONTENT INDEX		
GENERAL STANDARD DISCLOSURES		
1. STRATEGIA E ANALISI		
Profile disclosure	Cross-reference/Risposta diretta	Pagina
[G4-1]	Q&A - Emilio Petrone, Amministratore Delegato Gruppo Sisal	6-7
2. PROFILO ORGANIZZATIVO		
Profile disclosure	Cross-reference/Risposta diretta	Pagina
[G4-3]	Sisal - da 70 anni una storia di innovazione italiana	8
[G4-4]	La nostra offerta di gioco	19
[G4-5]	Contatti	62
[G4-6]	Sisal - da 70 anni una storia di innovazione italiana	8
[G4-7]	Le Società del Gruppo	46
[G4-8]	I mercati di riferimento: scenario e trend 2012-2015	51-52
[G4-9]	Sisal in cifre	10
	La mappa degli stakeholder – Persone in Sisal	13
	Le persone in Sisal	42
	I risultati economici	52
[G4-10]	Le persone in Sisal	42
[G4-11]	Le persone in Sisal	42
[G4-12]	L'attenzione di Sisal per i fornitori	37
[G4-13]	La mappa degli stakeholder – Azionisti	13
	Gli azionisti	47
[G4-14]	Il sistema di controllo interno e gestione dei rischi	49
	Il risk management	49
[G4-15]	Un programma certificato	21
	2. Consapevolezza nello sviluppo dei giochi	22
[G4-16]	La mappa degli stakeholder – Associazioni di categoria	13
3. ASPETTI MATERIALI E PERIMETRO IDENTIFICATO		
Profile disclosure	Cross-reference/Risposta diretta	Pagina
[G4-17]	Nota metodologica	59
[G4-18]	L'analisi di materialità del Gruppo Sisal	14
[G4-19]	L'analisi di materialità del Gruppo Sisal	14
[G4-20]	L'analisi di materialità del Gruppo Sisal	14
[G4-21]	L'analisi di materialità del Gruppo Sisal	14
[G4-22]	Nota metodologica	59
[G4-23]	Nota metodologica	59
4. STAKEHOLDER ENGAGEMENT		
Profile disclosure	Cross-reference/Risposta diretta	Pagina
[G4-24]	La mappa degli stakeholder	13
[G4-25]	La mappa degli stakeholder	13
[G4-26]	La mappa degli stakeholder	13
[G4-27]	Il sostegno alla comunità	15
	Gioco responsabile	18
	Contesto normativo: un'attenzione costante da parte delle Istituzioni	20
	Prevenzione e contrasto al gioco illegale	26
	L'attenzione di Sisal per i fornitori	37
	Persone in Sisal	40-41
Relazioni con le banche e la comunità finanziaria	53	

5. PROFILO DEL REPORT		
Profile disclosure	Cross-reference/Risposta diretta	Pagina
[G4-28]	Nota metodologica	59
[G4-29]	Nota metodologica	59
[G4-30]	Nota metodologica	59
[G4-31]	Contatti	62
[G4-32]	Sisal non si avvale di servizi di assurance sul presente Rapporto di Sostenibilità Content Index	60-61
[G4-33]	Sisal non si avvale di servizi di assurance sul presente Rapporto di Sostenibilità	
6. GOVERNANCE		
Profile disclosure	Cross-reference/Risposta diretta	Pagina
[G4-34]	La governance di Sisal Group	47
7. ETICA E INTEGRITÀ		
Profile disclosure	Cross-reference/Risposta diretta	Pagina
[G4-56]	Valori	9

SPECIFIC STANDARD DISCLOSURES		
ECONOMICO		
Aspect: Performance economiche		Pagina
[G4-DMA]	La performance economica	51
[G4-EC1]	La produzione e la distribuzione della ricchezza generata	54
[G4-EC4]	La produzione e la distribuzione della ricchezza generata	54
AMBIENTALE		
Aspect: Emissioni		Pagina
[G4-DMA]	L'attenzione per l'ambiente	56
[G4-EN19]	Riduzione dell'impatto ambientale	57
Aspect: Prodotti e servizi		Pagina
[G4-DMA]	L'attenzione per l'ambiente	56
[G4-EN27]	Riduzione dell'impatto ambientale	57
SOCIALE: PRATICHE DI LAVORO E LAVORO DIGNITOSO		
Aspect: Occupazione		Pagina
[G4-DMA]	L'impegno di Sisal per lo sviluppo delle persone	41
[G4-LA1]	Nuove assunzioni e turnover	45
Aspect: Formazione		Pagina
[G4-DMA]	3. Formazione delle nostre persone	22
	La formazione dei ricevitori	36
	Academy manageriale	43
	Centro di sviluppo delle competenze	44
[G4-LA9]	Formazione	45
[G4-LA10]	La formazione dei ricevitori	36
	Academy manageriale	43
	Centro di sviluppo delle competenze	44
[G4-LA11]	Formazione	45
Aspect: Diversità e pari opportunità		Pagina
[G4-DMA]	WiSe – Leadership al femminile	43
[G4-LA12]	Le persone in Sisal	42
SOCIALE: RESPONSABILITÀ DI PRODOTTO		
Aspect: Privacy dei clienti		Pagina
[G4-DMA]	Certificazione del sistema di gestione della sicurezza delle informazioni	25
[G4-PR8]	Certificazione del sistema di gestione della sicurezza delle informazioni	25

CONTATTI

[G4-5]

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

[G4-31] Per informazioni relative al presente documento:

infoCSR@sisal.it

www.facebook.com/sisal

www.twitter.com/Sisal_Group

www.youtube.com/grupposisal

www.linkedin.com/company/sisal-s.p.a.

Le immagini storiche riportate nel presente documento sono tratte dall'archivio storico del gruppo Sisal.