



B I L A N C I O

— D I —

S O S T E N I B I L I T À

2018



B I L A N C I O

S O S T E N I B I L I T À
2018

INDICE

4	Lettera agli stakeholder
9	La nostra identità
10	La materialità e l'engagement
14	La nostra storia
17	1.IL GRUPPO SISAL
18	LA GOVERNANCE Il profilo Sisal La struttura interna Il sistema di controllo interno e di gestione dei rischi La funzione Antiriciclaggio in Sisal Le certificazioni
26	IL BUSINESS RESPONSABILE I mercati di riferimento I principali risultati economici Il valore creato e distribuito
34	2.GLI STAKEHOLDER
35	Lavorare con il futuro Roberto Poli Cattedra UNESCO sui sistemi anticipanti Presidente -Skopia
36	GLI INTERLOCUTORI INTERNI ED ESTERNI Le nostre persone La rete Sisal I fornitori La comunità L'impatto ambientale Il dialogo digitale con gli stakeholder

58	3.LA RESPONSABILITÀ NEL GIOCO
59	Il consumatore del domani Francesco Tamburella Responsabile ConsumerLab
60	CONSAPEVOLEZZA E LEGALITÀ La nostra offerta La tutela del consumatore La legalità nel gioco
70	4.SERVIZI INNOVATIVI PER IL CITTADINO
71	La digitalizzazione della PA al servizio del cittadino Giuseppe Virgone Agid
72	SISALPAY L'offerta distintiva La rete di prossimità L'impegno di SisalPay per la Pubblica Amministrazione
78	Nota metodologica
79	GRI Content index
89	Relazione di revisione limitata sul Bilancio di Sostenibilità

LETTERA AGLI STAKEHOLDER



Emilio Petrone

Amministratore Delegato Gruppo Sisal

DIECI ANNI AVANTI

Abbiamo costruito fiducia attraverso il nostro lavoro in 70 anni di attività ed è questo che guida, ancora oggi, le relazioni con i nostri stakeholder.

Una fiducia che costituisce la base del legame sociale con i cittadini-consumatori, così come del dialogo con imprese, istituzioni, terzo settore e opinione pubblica.

La vicinanza con il territorio, la cultura della trasparenza e l'inclusione dei nostri stakeholder sono alla base di una visione strategica di sviluppo sostenibile, costantemente perseguita dal Gruppo Sisal.

Il 2018, in particolare, è stato un anno carico di soddisfazioni, prima fra tutte **l'anniversario dei dieci anni di rendicontazione delle attività di responsabilità sociale**, un traguardo che si traduce in due importanti risultati. Il primo è il consolidamento di un modello di stakeholder engagement grazie al quale ci siamo messi in ascolto e in dialogo con i nostri interlocutori più rilevanti per meglio coglierne le istanze. Il secondo si riferisce all'attività di assurance sul Bilancio di Sostenibilità da parte di un ente terzo indipendente.

Il coinvolgimento e l'ascolto dei nostri interlocutori, in una logica di tutela del consumatore, hanno premiato il nostro percorso. Viene riconosciuto il nostro impegno nel **Gioco Responsabile**, un focus importante della nostra strategia di sostenibilità, attraverso un programma strutturato, per la tutela dei minori e la sensibilizzazione verso un gioco equilibrato e consapevole.

La spinta verso **l'innovazione** è un altro tema rilevante per il Gruppo. Abbiamo creato un team di giovani talenti, la Digital Factory, che supporta l'evoluzione dell'Azienda e che ci porta ad essere una vera impresa digitale, leader nel gioco online e nei servizi di pagamento. Abbiamo inoltre investito molto nella valorizzazione dell'ecosistema delle start up dando continuità al progetto GoBeyond, la "call for ideas" promossa da SisalPay con l'obiettivo di sostenere le nuove idee imprenditoriali italiane.

Rimane sempre centrale il **rapporto con il territorio**. Siamo impegnati sul campo a beneficio della comunità di riferimento in cui operiamo. Sport, Cultura e Arti, Innovazione e Sostegno al Talento rappresentano le principali aree d'intervento per il sano sviluppo della collettività e la valorizzazione del nostro Sistema Paese.

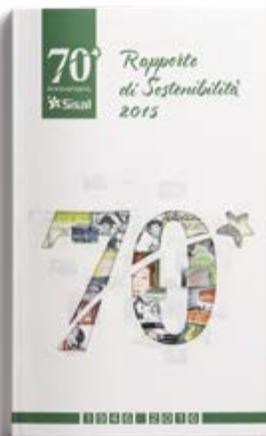
E tutto questo è possibile grazie alle **nostre persone**. Le competenze e il talento costituiscono il valore principale della nostra azienda: la vera leva

strategica di Sisal è proprio il capitale umano. Sono i nostri dipendenti che, tessendo relazioni costruttive e trasparenti e declinando i valori del Gruppo nelle attività quotidiane, portano Sisal sul territorio e promuovono il nostro impegno per il Paese. Per questo abbiamo lavorato a una People strategy che favorisce il benessere delle persone perché tutti possano elevare il capitale di conoscenze e competenze quale vantaggio competitivo. Anche le relazioni intergenerazionali costituiscono un asset di valore perché è la ricchezza che nasce dallo scambio tra i giovani e i più esperti a generare la crescita non solo dei singoli, ma dell'intero Gruppo.

Con lo sguardo rivolto al futuro, stiamo poi consolidando un processo di diversificazione che ci vede presenti anche sui **mercati esteri**, rendendo così la business purpose sempre competitiva e internazionale.

Consapevoli che ogni traguardo è anche un nuovo punto di partenza, continueremo a perseguire un modello di sviluppo sostenibile per corrispondere alle attese dei nostri stakeholder, contribuendo così a generare nuove risorse per il futuro del Paese.

10 ANNI DI SOSTENIBILITÀ





C ompetenza e fiducia guidano la nostra relazione con oltre 15 milioni di Italiani. Dal 1946 Sisal accompagna l'evoluzione del Paese, innovando il mondo dei giochi e dei servizi di pagamento.

S ostenibilità e un dialogo costante con i nostri stakeholder sono le fonti d'ispirazione per la nostra impresa che, da sempre, crea valore diffuso per tutta la società.

R esponsabilità come prerequisito essenziale per corrispondere a elevati standard di integrità, trasparenza e sicurezza. Sono questi i fattori irrinunciabili per chi, come noi, opera in settori regolamentati e controllati dallo Stato.

HIGHLIGHT

OLTRE 15 MILIONI DI CLIENTI
DI GIOCHI E SERVIZI



19 MILIARDI DI EURO DI TURNOVER
(+6,2% VS 2017)

OLTRE 50.000 PUNTI VENDITA



**+600 GIOCHI
ONLINE**

600.000 GIOCATORI
SU PIATTAFORMA ONLINE SISAL.IT



**500 SERVIZI
SISALPAY**

200 MILIONI DI TRANSAZIONI
ALL'ANNO



100 PARTNER PRIVATI



**1.928
DIPENDENTI**
41% DONNE

**8.963 TONNELLATE
DI CO2 EVITATE**



1.370.000
FAN SU **FACEBOOK**

OLTRE 35.000
FOLLOWER SU **LINKEDIN**



OLTRE 50.000
FOLLOWER SU **TWITTER**

LA NOSTRA IDENTITÀ

VALORI



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 suo futuro.

MISSION

**"Offrire la miglior proposta di intrattenimento e servizi,
in modo responsabile e sostenibile nel tempo"**

VISION

"Rendere più semplice e divertente la vita delle persone."

SAI COME È NATA SISAL?

Siamo nell'immediato dopoguerra, in una Milano distrutta, in mezzo alle macerie. Bisogna rimboccarsi le maniche e ripartire. L'amicizia che lega i 3 giornalisti Massimo Della Pergola, Fabio Jegher e Geo Molo dà forza a un progetto comune: ridare vita allo Sport Italiano grazie ai proventi derivanti dalla schedina Sisal, il futuro Totocalcio.

LA MATERIALITÀ E L'ENGAGEMENT

Dal dialogo con gli stakeholder emergono le aree più rilevanti di materialità per Sisal: un tale approccio consente di implementare una politica di sostenibilità attenta a cogliere attese e interessi di tutti gli interlocutori aziendali, promuovendo così uno sviluppo responsabile del business.

Analisi dei temi di materialità

Il primo passo prima di coinvolgere i nostri interlocutori è stato il processo di analisi: dalle fonti interne (documenti societari, informazioni comparative con le principali società di riferimento etc.) al lavoro svolto negli anni dal Comitato di Sostenibilità. Questa fase ha consentito di individuare 7 aree di sostenibilità rilevanti per Sisal, individuando inoltre 18 temi specifici riassunti nella tabella che segue.

RESPONSIBLE GAMING

- Tutela del consumatore

PEOPLE

- Diversity
- Sviluppo professionale e valorizzazione talenti
- Welfare e work-life balance
- Salute e sicurezza sui luoghi di lavoro

FILIERA

- Gestione sostenibile della catena di fornitura
- Centralità della rete vendita

AMBIENTE

- Materie prime (carta)
- Impatti ambientali (emissioni, consumi energetici, gestione dei rifiuti)

INNOVAZIONE

- Innovazione tecnologica e consumer experience

RELAZIONI CON IL TERRITORIO E LE ISTITUZIONI

- Relazioni Istituzionali
- L'impegno verso la comunità

GOVERNANCE E COMPLIANCE NORMATIVA

- Risk management e controllo interno
- Lotta alle frodi
- Information security
- Contrasto all'illegalità e antiriciclaggio
- Rispetto degli obblighi concessori
- Tutela della privacy

LA MAPPA DEGLI STAKEHOLDER



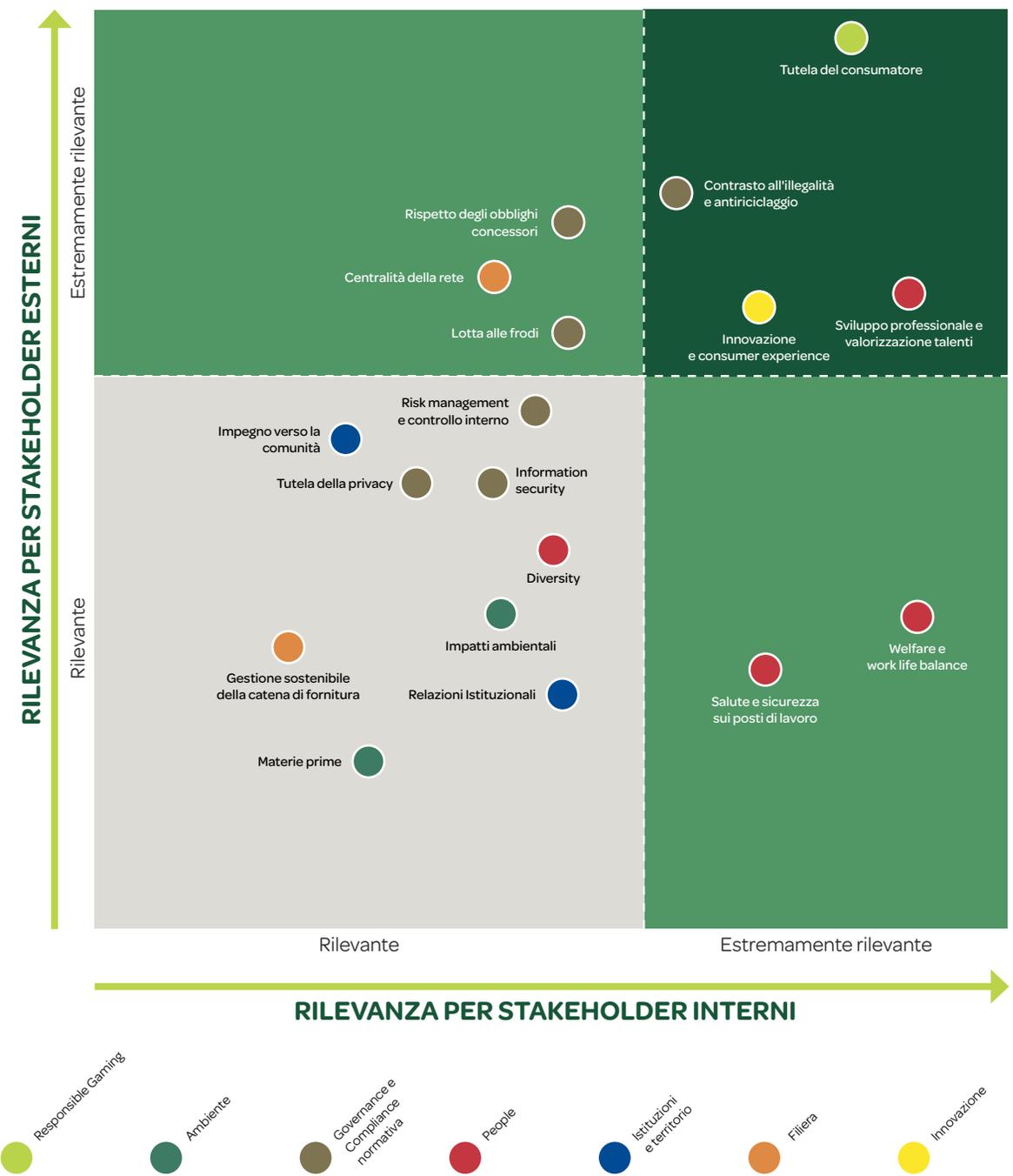
Coinvolgimento degli stakeholder

L'individuazione dei temi ha consentito poi di fare una mappatura dei portatori di interesse più significativi che, a vario titolo e livello, influenzano e vengono influenzati dalle scelte del Gruppo Sisal. Sono state così fotografate 9 categorie di stakeholder, opportunamente coinvolte in un articolato processo di engagement. La categoria dei 'clienti' avrà un focus dedicato il prossimo anno.

L'obiettivo dell'engagement è stato definire una priorità dei temi selezionati per individuare quelli più importanti, ossia più materiali, secondo una prospettiva sia interna che esterna. Per questo è stato chiesto a dipendenti e stakeholder - rispettivamente attraverso questionari online e interviste telefoniche - di indicare i 5 temi più importanti della lista, così da poter costruire una classifica delle categorie completa e inclusiva.

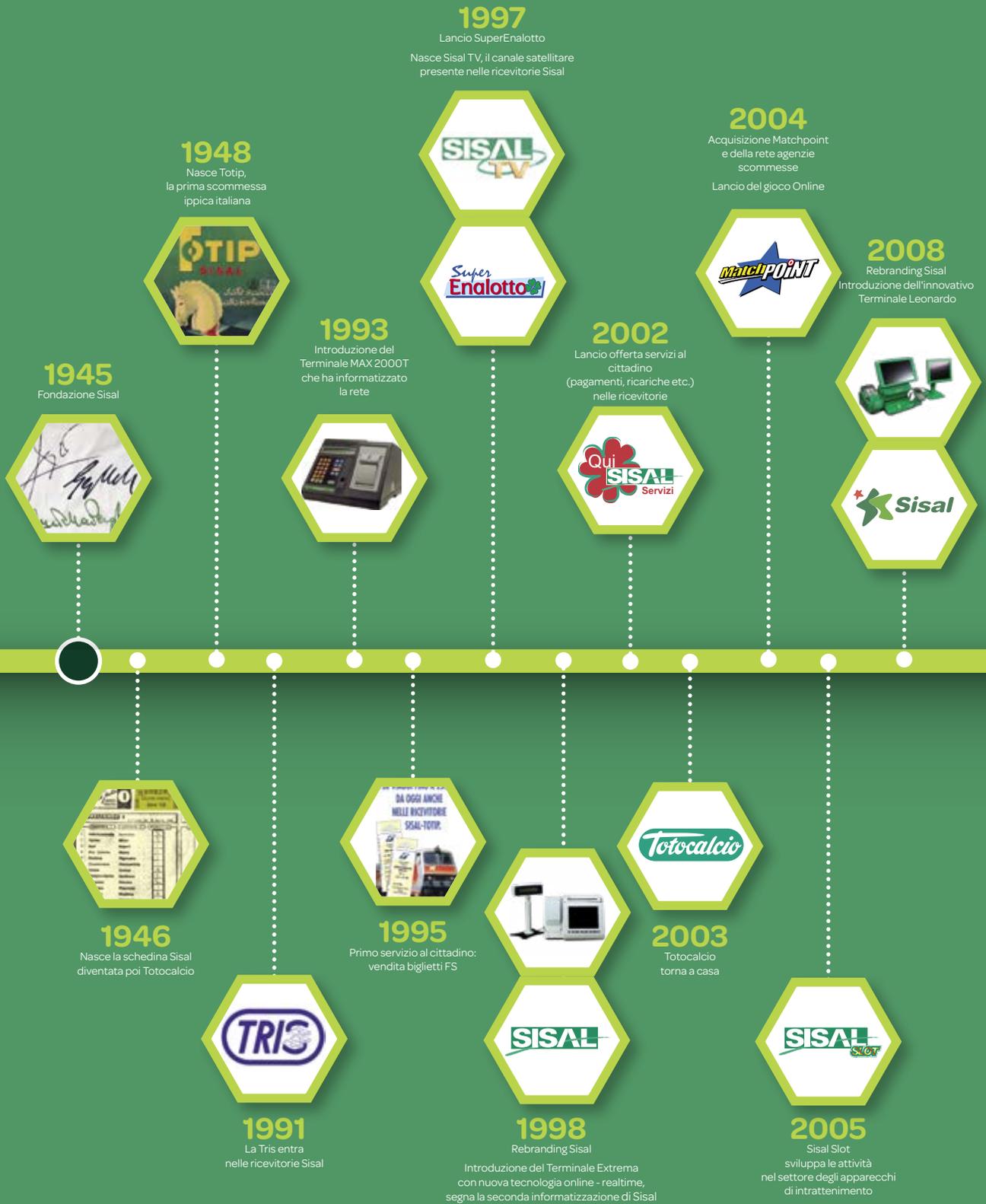
La valutazione degli stakeholder interni è stata poi integrata con il giudizio espresso dal Comitato di Sostenibilità secondo una scala a tre valori ("alto", "medio", "basso"). Infine i dati sono stati raccolti in una matrice di materialità in cui l'asse delle ascisse esprime la priorità degli stakeholder interni (dipendenti e Comitato di Sostenibilità), mentre l'asse delle ordinate rappresenta la priorità assegnata dagli stakeholder esterni.

MATRICE DI MATERIALITÀ



La matrice fa emergere i temi considerati rilevanti dagli stakeholder interni ed esterni. Appare evidente come la **tutela del consumatore** sia in assoluto il tema più sentito, sia all'interno che all'esterno, così come lo **sviluppo personale e la valorizzazione dei talenti**, **l'innovazione** e il **contrasto all'illegalità**. Gli impatti ambientali non sono considerati importanti dal campione considerato. Naturalmente tutti i temi rappresentati sono oggetto di lavoro e di rendicontazione e sono presentati in modo approfondito in questo bilancio.

LA NOSTRA STORIA



2010
Nasce Sisal Wincity
Introduzione Terminale Microlot



2012
Certificazione Responsible Gaming
World Lottery Association
Lancio di Eurojackpot
Nasce Sisal Holding Istituto
di Pagamento



2014
Nasce VinciCasa, il primo gioco al mondo
che ti premia con una casa
Nasce Sisal Smartpoint,
Il nuovo concept di ricevitoria
Nasce Sisal Live Channel,
il primo canale TV in Italia dedicato
alle scommesse live



2017
Lancio Nuovo VinciCasa
Rinnovo certificazioni EL e WLA



2009
Nasce WinforLife il primo gioco in Italia
che ti premia con una rendita
Avvio Campagna Gioco Responsabile
Lancio del Poker Online



2011
Certificazione Responsible Gaming
European Lotteries
Lancio di SiVinceTutto e Casinó



2013
Lancio nuova vision, nuovi valori
e una rinnovata identità visiva per Sisal
Nasce SisalPay, la rete di servizi per
effettuare pagamenti e ricariche in modo
comodo e veloce



2016
Lancio del nuovo SuperEnalotto
Lancio del nuovo SiVinceTutto



2018
Sisal si aggiudica la gestione
delle Lotterie in Marocco
SisalPay lancia Bill, l'App
per effettuare pagamenti
direttamente
dallo smartphone

1 IL GRUPPO SISAL

LA GOVERNANCE

L'efficacia nella gestione di una società si traduce nella qualità del business generato. Un sistema funziona quando trasparenza, correttezza, collaborazione, chiarezza dei ruoli e delle responsabilità agevolano un sistema di controllo interno che consente il conseguimento degli obiettivi: valore per gli azionisti e per la comunità in cui si opera a tutto vantaggio di un business di lungo periodo.



IL PROFILO SISAL

Il Gruppo Sisal è controllato dal 2016 al 100% da CVC Capital Partners attraverso la fusione per incorporazione di Schumann Investments S.A. CVC Capital Partners è una società britannica di private equity e consulenza per investimenti tra le maggiori al mondo, con esperienza consolidata anche nel settore del gaming.

Sisal Group S.p.A. e le controllate operano nel settore dei **giochi**, prevalentemente sulla base di concessioni rilasciate dall'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli e nel settore dei **servizi di pagamento**, sulla base di un'apposita autorizzazione rilasciata da Banca d'Italia. Le responsabilità sono così distribuite:

SISAL GROUP S.P.A.

- Direzione e coordinamento delle società controllate
- Soggetta alla direzione e coordinamento da parte di Schumann Investments S.A
- Prestazione di servizi di pagamento di cui all'art. 1, comma 1, lett. b). 3) del D.lgs. n.11/2010, mediante il proprio patrimonio destinato, in quanto iscritta all'albo degli istituti di pagamento di cui all'art. 114 septies del D.lgs. 385/93 (T.U.B).
- Internal Audit, pianificazione e controllo di gestione, strategy e sicurezza, antiriciclaggio

SISAL S.P.A.

Attività di esercizio e sviluppo, in regime di concessione, dei giochi numerici a totalizzatore nazionale, attraverso la conduzione della rete distributiva

SISAL LOTERIE MAROC

Gestione dei giochi di lotterie a quota fissa e a totalizzatore, Virtual Races e giochi istantanei – sia elettronici che cartacei – per conto della Société de Gestion de Loterie National (SGLN) in Marocco

SISAL POINT S.P.A.

Produzione di software per i registratori di cassa
Produzione e distribuzione di registratori di cassa

SISAL ENTERTAINMENT S.P.A.

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

FRIULGAMES S.R.L.

Noleggio e manutenzione di apparecchi da intrattenimento

ACME S.R.L.

Produzione di apparecchi da intrattenimento

NETWORK ITALIA S.R.L.

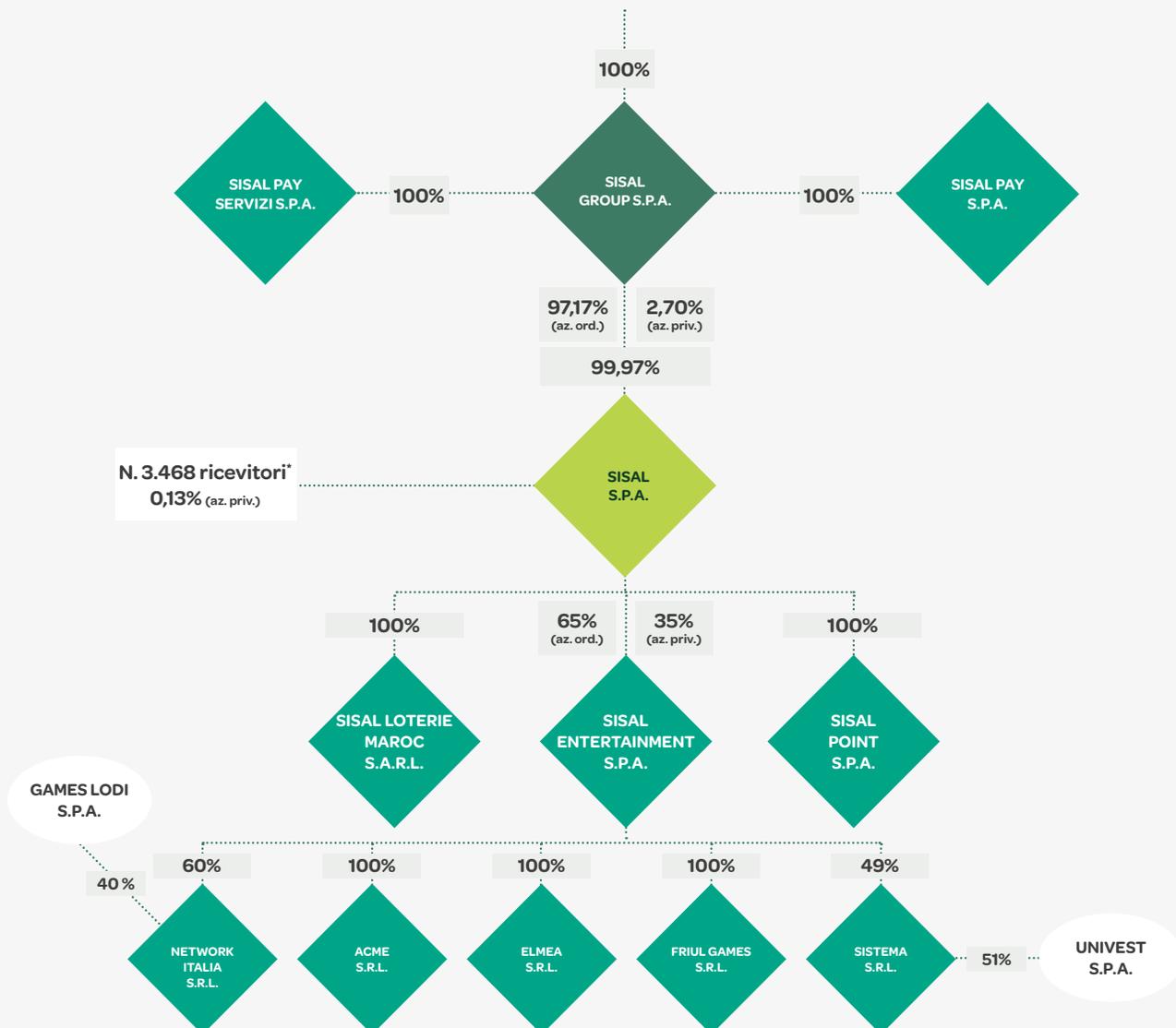
Produzione di apparecchi da intrattenimento

ELMEA S.R.L.

Noleggio e manutenzione di apparecchi da intrattenimento

SOCIETOGRAMMA AGGIORNATO AL 31 DICEMBRE 2018

SCHUMANN INVESTMENTS S.A.



IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

La società è gestita da un Consiglio di Amministrazione composto da 10 componenti, nominati dall'Assemblea degli azionisti:

- **Aurelio Regina**, *Presidente*
- **Emilio Petrone**, *Amministratore Delegato e Direttore Generale*
- **Giampiero Mazza**, *Consigliere Delegato*
- **Paola Bonomo**, *Consigliere*
- **Matteo Caroli**, *Consigliere*
- **Umberto Delzanno**, *Consigliere*
- **Giorgio De Palma**, *Consigliere*
- **Andrea Ferrante**, *Consigliere*
- **Lucia Morselli**, *Consigliere*
- **Massimiliano Mascolo**, *Consigliere*

COMITATO NOMINE E REMUNERAZIONI

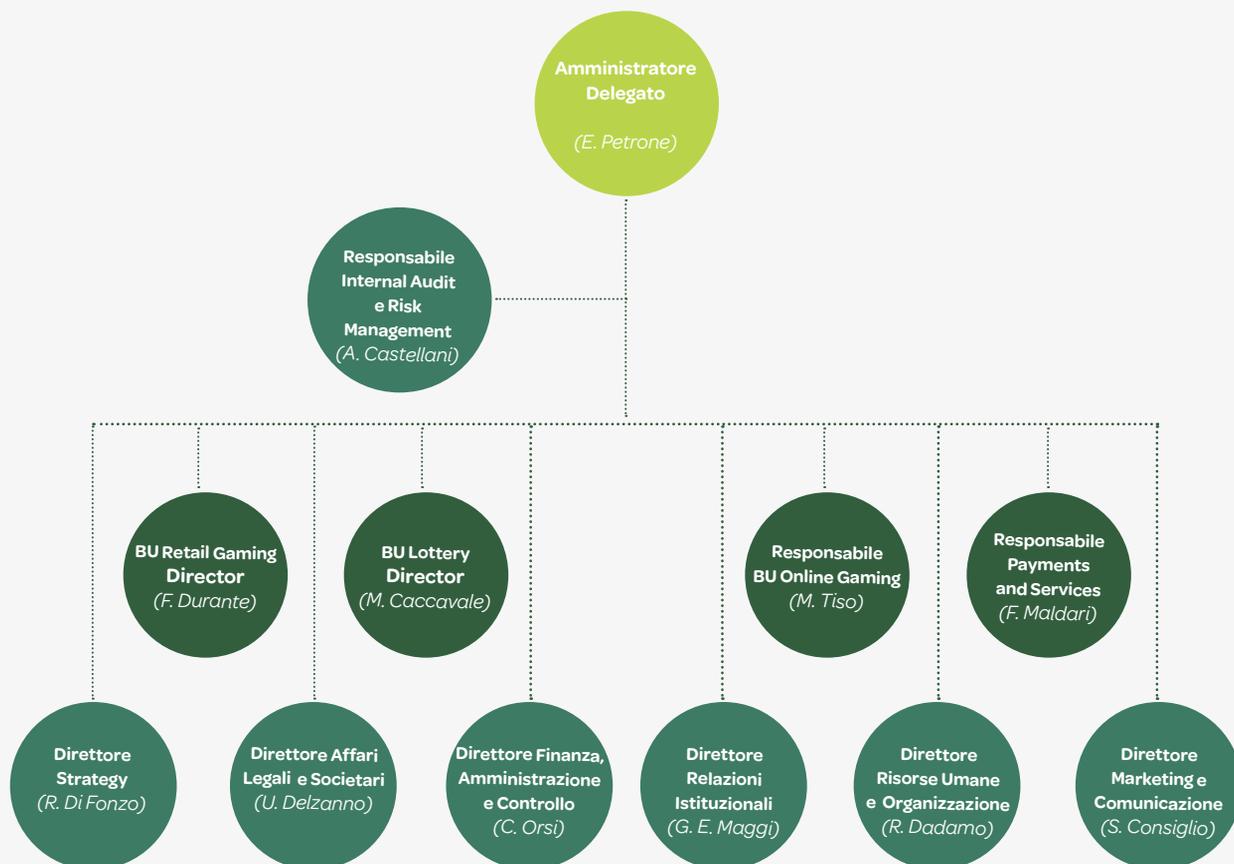
Composto da **Paola Bonomo**, in qualità di Presidente, e da **Lucia Morselli** e **Giampiero Mazza**.

COMITATO CONTROLLO

Composto da **Matteo Caroli**, in qualità di Presidente, e da **Lucia Morselli** e **Paola Bonomo**

LA STRUTTURA INTERNA

ORGANIGRAMMA AGGIORNATO AL 31 DICEMBRE 2018



La nostra organizzazione interna prevede funzioni centrali, preposte alla garanzia di coerenza ed efficienza operativa e quattro Business Unit, ognuna focalizzata su specifici prodotti Sisal.

Business Unit Retail Gaming

Questa BU si occupa della gestione degli apparecchi da intrattenimento, delle scommesse a quota fissa, dei tradizionali concorsi a pronostico ippici e sportivi e del Bingo.

Retail Gaming gestisce inoltre il canale branded e una parte dei punti vendita del canale affiliato.

Business Unit Lottery

La gestione dei prodotti GNTN (Giochi Numerici a Totalizzatore Nazionale) è di competenza di questa specifica BU utilizzando i punti vendita dei due canali (branded e affiliato), i portali online del Gruppo e i portali gestiti da terzi e connessi alla piattaforma GNTN informatica del Gruppo.

Business Unit Online Gaming

Le attività collegate alla raccolta giochi e alle scommesse online attraverso il portale Sisal.it e il canale mobile sono coordinate dalla BU Online Gaming.

Business Unit Payments & Services

Questa BU gestisce tutte le attività relative ai servizi di pagamento che offre il Gruppo.

IL SISTEMA DI CONTROLLO INTERNO E GESTIONE DEI RISCHI

Un sistema di controllo interno e di gestione dei rischi efficace è uno dei pilastri su cui impostiamo la nostra idea di impresa sostenibile.

Avere una struttura articolata su processi di gestione snelli ed efficienti contribuisce alla rapidità nel prendere decisioni consapevoli e impostare le strategie di medio e lungo termine del Gruppo in coerenza con mission e vision aziendali.

In particolare, il nostro sistema di controllo interno è strutturato per consentire di identificare, analizzare, monitorare e valutare i rischi connessi alle attività e agli obiettivi aziendali e di predisporre eventuali contromisure, assicurando così l'efficienza e l'efficacia dei processi aziendali, nonché il corretto svolgimento del business.

IL RISK MANAGEMENT

Dal 2008 l'Enterprise Risk Management (ERM) rappresenta il nostro riferimento per il sistema di gestione dei rischi.

Questo processo prende le mosse dal modello di gestione dei rischi del **Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission** (C.O.S.O.) e assume una valenza strategica interna perché definito proprio con l'obiettivo di coinvolgere e far collaborare vari livelli e diversi ambiti societari, assicurando una risposta integrata e completa ai rischi identificati.

Il processo di risk management viene gestito da un Comitato Rischi, composto dall'AD e dai direttori delle Business Unit e delle funzioni di Sisal, che presenta periodicamente al CdA una sintesi delle attività di risk management svolte. Nel 2018, il Comitato si è riunito in due occasioni.

COMITATO RISCHI

Emilio Petrone

Ruggero Dadamo

Corrado Orsi

Giovanni Emilio Maggi

Roberto Di Fonzo

Umberto Delzanno

Francesco Durante

Francesco Maldari

Marco Tiso

Marco Caccavale

Andrea Castellani

IL MODELLO ORGANIZZATIVO EX D.LGS. 231/01

Ci siamo dotati di un Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ai sensi del Decreto Legislativo n. 231/2001, che ha introdotto un regime di responsabilità degli enti per gli illeciti amministrativi dipendenti da reato. Il Modello in sostanza definisce l'insieme delle regole e delle procedure organizzative interne al fine di prevenire la commissione dei reati previsti dal Decreto nell'interesse delle società stesse.

Diffuso tra tutti i dipendenti e gli interessati, si articola in:

- un Codice Etico;
- un sistema di protocolli e procedure interne, contromisure per la prevenzione del rischio di reato;
- un Organismo di Vigilanza (OdV);
- la mappa dei poteri conferiti;
- un sistema sanzionatorio.

L'Organismo di Vigilanza è l'ente preposto a vigilare sull'idoneità e l'efficace attuazione del Modello Organizzativo, e riferisce direttamente al Consiglio di Amministrazione.

Tra i diversi compiti che gli sono attribuiti, l'OdV ha anche la responsabilità di instaurare un dialogo costante e diretto con tutti i dipendenti, che sono tenuti alla pronta segnalazione di ogni anomalia, informazione o notizia relativa al sospetto di avvenuti reati.

A questo scopo l'OdV diffonde i principi e i contenuti del sistema di controllo, e in particolare del Modello Organizzativo, attraverso la rete intranet aziendale, ma anche tramite canali specifici e attività formative a seconda dei destinatari e del livello di rischio dell'area in cui operano.

Il nostro Modello Organizzativo è stato pensato per essere tempestivamente aggiornato in linea con le revisioni, gli ampliamenti delle tipologie di reato e degli ambiti previsti dal Decreto Legislativo 231.

IL CODICE ETICO E DI COMPORTAMENTO

Il Codice Etico è un documento che definisce i principi di comportamento a cui si devono attenere dipendenti, amministratori, sindaci, collaboratori e partner commerciali nello svolgimento delle proprie attività.

Osservare il Codice Etico per noi riveste un'importanza fondamentale per garantire il buon funzionamento e l'affidabilità del Gruppo e per rafforzare la nostra immagine oltre che tutelare il nostro know-how. Nel documento sono infatti affrontati temi quali le relazioni con i dipendenti, la trasparenza nella contabilità, la salute, la sicurezza e l'ambiente, tutti fattori che costituiscono un patrimonio decisivo per il successo di Sisal.

LA FUNZIONE ANTIRICICLAGGIO IN SISAL

Oggi in Italia, grazie ai controlli stringenti da parte della Società informatica Sogei (controllata direttamente dal Ministero di Economia e Finanza), le possibilità che le piattaforme di gioco online mettano in atto politiche lesive dei diritti dei consumatori sono praticamente azzerate. I rischi maggiori sono quelli connessi alle frodi da parte degli utenti ai danni degli altri giocatori o addirittura ai danni dello Stato attraverso sistemi di riciclaggio di denaro, il cosiddetto chip-dumping.

Per noi di Sisal assicurare l'efficacia e la tempestività delle attività di controllo e verifica dell'adeguatezza dei sistemi di prevenzione e contrasto al gioco illegale e del riciclaggio di denaro è una priorità incessante.

Ecco perché dal 2013 abbiamo formalizzato il presidio delle attività di antiriciclaggio, creando una funzione organizzativa dedicata che ha obiettivi precisi e strategici:

- identificare e verificare adeguatamente il profilo della clientela attraverso procedure particolarmente rigorose (in particolare per le transazioni maggiori ed uguali a 2.000 euro per il prodotto betting ed importi maggiori ed uguali a € 500 per il prodotto ADI-VLT);
- conservare i dati identificativi e le altre informazioni relative ai rapporti e alle operazioni;
- inviare i dati aggregati all'Unità di Informazione Finanziaria e segnalare le eventuali operazioni sospette;
- istituire misure di controllo interno e assicurare un'adeguata formazione dei dipendenti.

Principali attività nel settore giochi 2018

- prosecuzione delle attività di analisi delle evidenze generate dagli indicatori di rischio e dall'attività di name detection;
- erogazione, tramite una piattaforma di e-learning, della formazione antiriciclaggio per tutti i punti vendita e per il personale interno Sisal;
- gestione delle richieste di informazioni da parte delle autorità esterne in ambito antiriciclaggio.

Principali attività nei servizi di pagamento 2018

- Revisione e aggiornamento delle procedure antiriciclaggio in relazione al mutato quadro normativo;
- erogazione, tramite una piattaforma di e-learning, della formazione antiriciclaggio per la rete distributiva e per il personale di sede direttamente coinvolto nell'attività dell'Istituto di Pagamento;
- individuazione di nuovi indicatori di anomalia;
- svolgimento di visite ispettive in ambito antiriciclaggio per i punti di pagamento;
- gestione delle richieste di informazioni da parte delle autorità esterne in ambito antiriciclaggio.

LE CERTIFICAZIONI

Al fine di garantire e formalizzare il nostro impegno, sia di tutela che di creazione valore, verso i nostri Clienti e Parti Interessate e di offrire loro un'esperienza in termini di gioco e di servizio che sia di qualità, completa e sicura, abbiamo intrapreso un articolato e sfidante percorso di Certificazione nei seguenti ambiti: Gioco Responsabile, Sistema di Gestione per la Qualità, Sistema di Gestione per la Prevenzione della Corruzione, Sistema di Gestione della Sicurezza delle Informazioni, Sistema di Gestione sulla Salute e Sicurezza sul lavoro, Ambiente, Energia.

Programma di Gioco Responsabile

Dal 2011 certifichiamo il nostro programma di Responsible Gaming secondo gli standard di EL (European Lotteries) e di WLA (World Lottery Association), al massimo livello. L'ultimo rinnovo nel 2017 è stato conseguito a seguito dell'assessment indipendente condotto da PwC, mirato alla verifica della rispondenza delle iniziative implementate dal gruppo rispetto a quanto previsto dall'European Responsible Gaming Standard emesso da EL. Lo standard identifica e raggruppa in undici sezioni, i temi rilevanti, sui quali gli operatori di gioco devono impegnarsi per promuovere un gioco responsabile. Tra gli argomenti più importanti da presidiare compaiono la partecipazione a iniziative di ricerca finalizzate alla comprensione delle tematiche connesse al gioco problematico, lo sviluppo di programmi di formazione specifica sulle tematiche di gioco responsabile per i dipendenti e per la rete, la creazione dei giochi secondo logiche di riduzione del rischio, lo sviluppo della comunicazione commerciale in linea con i principi definiti dalle normative di riferimento e il coinvolgimento degli stakeholder in iniziative per diffondere la conoscenza sulle tematiche di gioco responsabile (Perimetro: Sisal S.p.A.).



WORLD LOTTERY ASSOCIATION
CERTIFIED
WLA RESPONSIBLE GAMING
FRAMEWORK
LEVEL 4 / VALID UNTIL 2020



Sistema di gestione per la qualità

In ottica di “customer centricity” abbiamo deciso di ampliare il perimetro dei processi in ambito **ISO9001** che hanno un impatto sulla soddisfazione del cliente. Crediamo quest’ultima sia perseguibile solo grazie alla sostenibilità rispetto allo scenario istituzionale e competitivo di riferimento e a un dialogo trasparente e responsabile con tutte le parti interessate. Crediamo nel “risk based thinking” e nella necessità di identificare i fattori di rischio il prima possibile al fine di gestirli preventivamente e con un orientamento alle possibili opportunità di crescita che ne derivano. Vogliamo, dunque, creare un unico framework aziendale della gestione dei rischi in ottica di miglioramento, tutela e valore per l’intera Organizzazione (Perimetro: Sisal S.p.A., Sisal Entertainment S.p.A., ACME S.r.l., Elmea S.r.l., FriulGames S.r.l.).

Sistema di gestione per la prevenzione della corruzione

Promuoviamo la diffusione della cultura della legalità e della prevenzione del rischio da reato ritenendo che tale condotta possa garantire da un lato conformità alle norme e dall’altro tutelare il patrimonio e il raggiungimento degli obiettivi aziendali.

L’impegno profuso nel perseguire questo obiettivo ha trovato attuazione in specifici principi ed etiche di comportamento, nell’emanazione di una Politica per la prevenzione della corruzione e, più in generale, nell’adozione di strumenti di gestione. Tutti questi strumenti attestano e rafforzano il sistema dei controlli interni affinché questo risulti idoneo a gestire e limitare il rischio di atti di «malagestione» che non solo procurano un danno economico ma, ancor prima, reputazionale alla società.

La lotta alla corruzione è una sfida che coinvolge tutti. Ognuno ha la responsabilità di inibire e ancor prima di prevenire questa condotta. È su questo presupposto che abbiamo implementato un Sistema di Gestione per la Prevenzione della Corruzione ottenendo, nel febbraio 2019, la **certificazione UNI ISO 37001** (Perimetro: Sisal S.p.A.).

Possiamo dunque contare su un Sistema di Gestione atto a mitigare il rischio di commissione di atti di Corruzione attiva e passiva, tentata o commessa, pubblica o privata, e su specifici strumenti che sono stati rafforzati e affinati (come le due diligence), oppure introdotti ex novo per soddisfare i requisiti previsti dallo standard (come l’istituzione della Funzione di Conformità per la Prevenzione della Corruzione con le sue attività e responsabilità specifiche).

Sistema di gestione della sicurezza delle informazioni e Cyber Security

Uno dei temi più importanti da presidiare quando si utilizzano i canali digitali, riguarda la sicurezza e l’affidabilità del Sistema di Gestione delle Informazioni e dei dati personali. Fin dal 2013 abbiamo quindi deciso di certificare tutte le attività poste a tutela dei dati del cliente: assicurare l’integrità e la riservatezza dei nostri canali è un nostro forte impegno in un contesto in cui le violazioni dei sistemi di sicurezza sono in continuo aumento.

Abbiamo nominato un **Responsabile della Protezione dei Dati Personali** (DPO) preposto all’analisi dei rischi e alla verifica dell’allineamento dei nostri processi interni alla legislazione vigente sul Trattamento dei Dati Personali.

In ambito di **Cyber Security** la presenza del **Chief Information Security Office** (CISO) assicura la visione strategica e declina il programma per la protezione degli asset informativi determinando così un miglioramento costante dei processi volti a mitigare i rischi di cyber security cui siamo soggetti. A tale scopo il CISO e le sue strutture operano in maniera sinergica con il Management, i Business Partner, la funzione HR, l’Audit Interno e Risk Management, nonché l’area Legal.

Per formalizzare e certificare il nostro impegno rispetto a questi temi, siamo costantemente oggetto di audit e controlli da parte di enti indipendenti esterni che ci hanno consentito di raggiungere traguardi di cui siamo orgogliosi:

- **WLA-SCS** la certificazione rilasciata dalla World Lottery Association, i cui controlli standard sono specifici per il settore del gioco e delle Lotterie internazionali (Perimetro: Sisal S.p.A.);
- **ISO 27001** la norma internazionale che definisce i requisiti per il Sistema di Gestione della Sicurezza delle Informazioni (Perimetro: Sisal S.p.A.);
- **PCI-DSS** (Payment Card Industry Data Security Standard) è la certificazione internazionale rilasciata dal PCI Security Standards Council i cui controlli verificano la robustezza del sistema e delle misure di sicurezza a protezione delle transazioni con carte di pagamento (Perimetro: Sisal Group S.p.A.);
- **ISS SGAD** (Information Systems Security Sistema di Gioco di Abilità a Distanza) è la certificazione della piattaforma di gioco richiesta dalla Direzione Centrale Gestione Tributi e Monopolio Giochi, Ufficio Gioco a distanza (Perimetro: Sisal Entertainment S.p.A.).

Sistema di gestione per la salute e la sicurezza sul luogo di lavoro

Ci impegniamo ogni giorno affinché le nostre risorse lavorino in un ambiente in cui la salute e la sicurezza siano un assunto di base da valorizzare giorno dopo giorno. Non solo conformità legislativa ma un sistema virtuoso di gestione dei rischi, volto alla prevenzione di incidenti, infortuni e malattie professionali è quello su cui lavoriamo quotidianamente. A conferma di tale responsabilità, la nostra sede di Roma ha ottenuto la certificazione **OHSAS 18001** nell’aprile 2018 e nel mese di gennaio 2019 ha aderito all’evoluzione della stessa compiendo la transizione verso lo standard internazionale **ISO 45001** (Perimetro: Sisal S.p.A.).

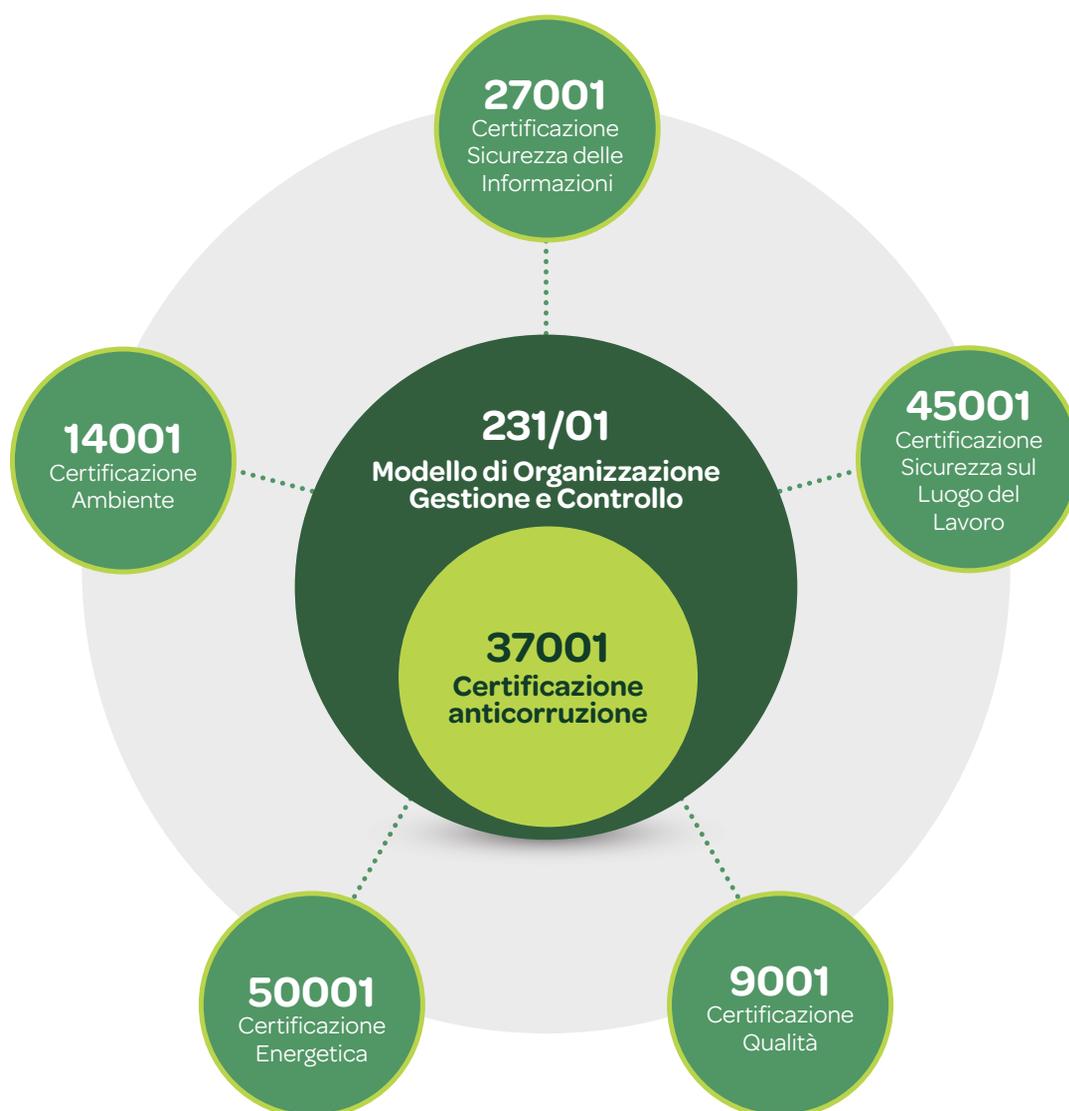
Sistema di gestione per l'ambiente

La riduzione del nostro impatto ambientale, seppure non risulti un'area critica della nostra sostenibilità, è un obiettivo importante per cui cerchiamo di contribuire attivamente a ridurre gli effetti potenzialmente a rischio per il nostro ecosistema. A questo scopo ci siamo dotati di un **Sistema di Gestione Ambientale** che va oltre il rispetto dei requisiti di legge e tramite cui sviluppiamo progetti e iniziative volti ad aumentare la cultura e la consapevolezza aziendale sulle sfide ambientali. Siamo consapevoli che siamo solo all'inizio di un percorso più lungo e articolato: la certificazione sulla **ISO 14001**, ottenuta nel mese di aprile 2018 presso la sede di Roma, rappresenta l'incentivo a rafforzare il nostro impegno a salvaguardare le risorse naturali e prevenire l'inquinamento (Perimetro: Sisal S.p.A.).

Sistema di gestione per l'energia

Stiamo puntando all'efficientamento energetico e all'utilizzo di fonti alternative, con un occhio attento ai costi sostenuti. Ci siamo posti obiettivi ambiziosi per il contenimento dei consumi di energia e delle emissioni di gas a effetto serra. In questo percorso, ci ha aiutato fortemente l'adozione del Sistema di Gestione per l'Energia, certificato nel mese di aprile 2018, presso la sede di Roma, secondo la norma **ISO 50001** (Perimetro: Sisal S.p.A.).

IL SISTEMA DI GESTIONE INTEGRATO



IL BUSINESS RESPONSABILE

Sisal è un'azienda storica nel panorama italiano, che ha saputo da sempre coniugare tradizione e innovazione anche attraverso un'attenta strategia di crescita e di diversificazione.

Nei nostri due mercati di riferimento – lo storico business dei giochi, a cui abbiamo affiancato negli ultimi anni i servizi di pagamento - lo sviluppo delle nuove tecnologie sta cambiando non solo le dinamiche di settore ma anche le necessità e le richieste dei clienti.

Anche grazie a un consistente piano di investimenti, siamo pronti a cogliere le nuove sfide collegate alla digitalizzazione per migliorare ulteriormente la nostra offerta di gioco e partecipare all'evoluzione digitale del Paese attraverso la nostra divisione Payments & Services.

Questa strategia sta portando frutti: nel corso dell'esercizio 2018, i nostri risultati economici sono cresciuti sia a livello di fatturato che di redditività.



I MERCATI DI RIFERIMENTO

Il Gruppo opera nei seguenti due mercati:

- **Mercato dei giochi con vincite in danaro**, ovvero l'offerta di gioco regolamentata dal Ministero dell'Economia e delle Finanze (MEF) e dall'Amministrazione autonoma dei monopoli di Stato (AAMS), ora Agenzia delle Dogane e dei Monopoli (ADM);
- **Mercato «aggregabile» dei servizi di pagamento** calcolato al netto delle domiciliazioni bancarie e che comprende il pagamento di bollette per utilities, tasse, multe, ricariche telefoniche, ricariche di carte prepagate. Le analisi di mercato sono state realizzate grazie ad uno studio realizzato dall'Osservatorio Digital Innovation del Politecnico di Milano, "Quantificazione del mercato dei pagamenti in Italia". Il perimetro di analisi esclude i pagamenti MAV/RAV, valori che erano stati inclusi nelle analisi realizzate negli anni passati.

Il periodo analizzato va dal 2015 al 2018.

L'insieme dei due mercati raggiunge nel 2018 un valore superiore a 190 miliardi di euro, con un peso del mercato dei Servizi aggregabile che raggiunge il 44,0% del totale.

IL MERCATO DEI GIOCHI

La raccolta totale del Mercato dei Giochi cresce con un CAGR* del + 6,6%.

Le ragioni di tale andamento poggiano su due fattori:

- Deciso incremento del pay-out, ovvero quanto restituito ai giocatori sotto forma di vincite, che raggiunge, nel 2018, il valore di circa 88 miliardi di euro, pari all'82,4% della raccolta totale, in crescita del 6,1% rispetto al 2017. Questo indicatore mostra anche un valore positivo nel medio periodo, facendo registrare un CAGR pari a + 7,3%;
- Decisa crescita del mercato online che raggiunge un turnover superiore ai 31 miliardi di euro, un CAGR del 23% ed un peso sulla raccolta totale del 30%. Nel 2018, rispetto all'anno precedente, è stata realizzata una crescita del 16,7%.

RACCOLTA GIOCHI (valore in milioni di €)	2015	2016	2017	2018	CAGR 2015/2018
Lotterie	17.193	18.650	18.070	18.771	3,0%
Scommesse e CPS**	7.836	10.063	13.176	14.680	23,3%
ADI***	48.161	49.427	48.948	48.601	0,3%
Bingo	1.598	1.602	1.619	1.647	1,0%
Skill, Card & Casinò Games	13.229	15.986	19.775	22.966	20,2%
Totale Mercato dei Giochi	88.016	95.727	101.567	106.665	6,6%

*CAGR: Compounded Average Growth Rate

**CPS: Concorsi a pronostico sportivi

***ADI: Apparecchi da intrattenimento

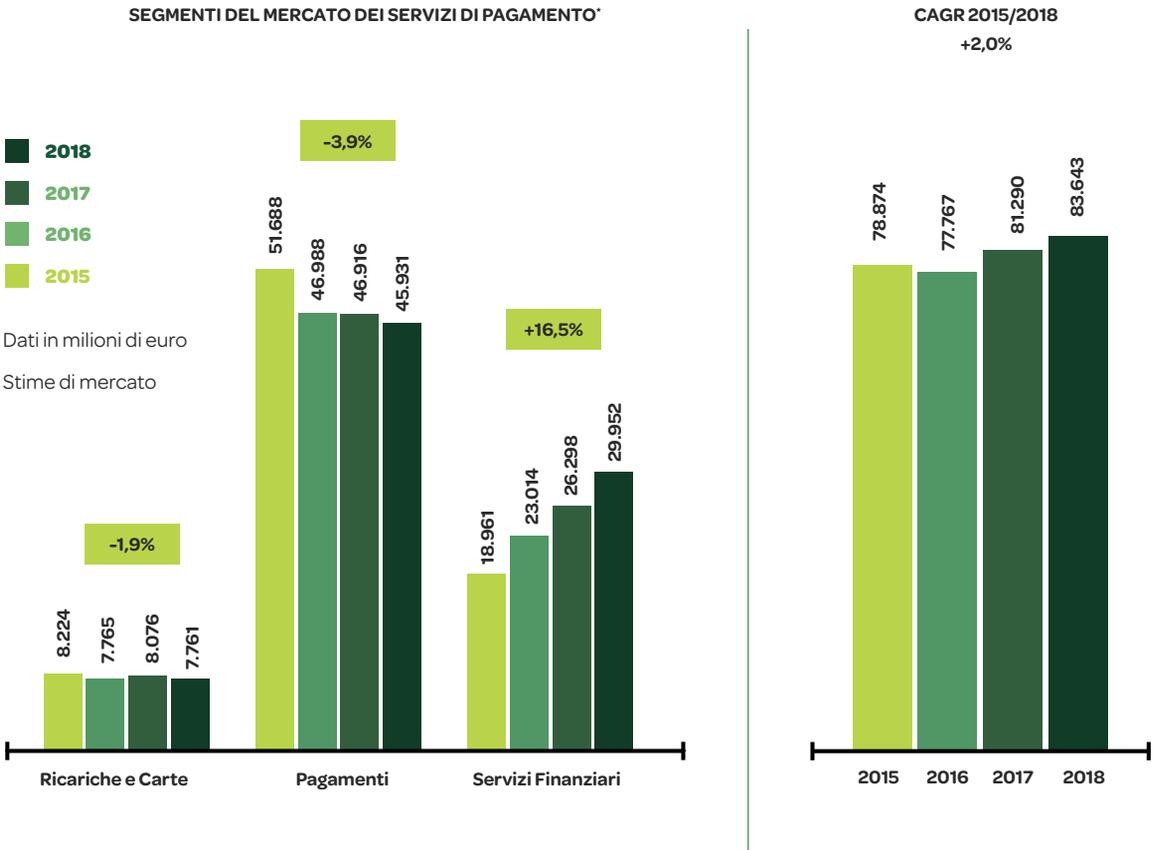
IL PAY OUT

Altri importanti indicatori del Mercato dei Giochi sono la Spesa reale del pubblico, calcolata come differenza tra Raccolta meno il Pay-out, ed il Prelievo Erariale. Il pay out è la percentuale del denaro giocato che viene restituito come vincita ai giocatori. Varia molto da gioco a gioco. Dal minimo di alcuni giochi ad estrazione, al massimo di giochi on line come poker cash. La Spesa mostra un andamento positivo del 3,7%, così come il prelievo erariale che presenta un CAGR del + 4,0%.

(valore in milioni di €)	2015	2016	2017	2018	CAGR 2015/2018
Raccolta Totale	88.016	95.727	101.567	106.665	6,6%
Payout	71.210	76.953	82.863	87.933	7,3%
Spesa reale del pubblico	16.806	18.775	18.704	18.732	3,7%
Erario	8.844	10.431	10.004	9.951	4,0%

SERVIZI DI PAGAMENTO

Il mercato dei servizi di pagamento è composto da tre segmenti: ricariche e carte, i pagamenti e i servizi finanziari. Analizzando i diversi segmenti del mercato, è evidente la sempre maggiore importanza che il comparto dei Servizi Finanziari sta acquistando nel tempo. Nel 2018, infatti, raggiunge i 30 miliardi di Euro di raccolta, con un CAGR 2015-2018 del + 16,5% circa.



* Il perimetro di analisi esclude i pagamenti MAV/RAV, valori che erano stati inclusi nelle analisi realizzate negli anni passati.

I PRINCIPALI RISULTATI ECONOMICI

Complessivamente, nel corso del 2018, il Gruppo Sisal ha raccolto circa 19 miliardi di Euro (+6,2%), grazie all'ulteriore crescita sia del comparto servizi (circa 10,2 miliardi, + 5,9%), sia del comparto gioco (circa 8,8 miliardi, + 4,5%).

I ricavi consolidati ammontano nel 2018 a circa 845 milioni di Euro, in aumento dell'1,6% rispetto al dato analogo del 2017. Questo incremento riflette l'andamento positivo del comparto dei giochi, dove si registra in particolare la performance dei giochi on line e delle scommesse sportive a quota fissa, l'ulteriore crescita del segmento di business relativo ai cd. "servizi in ricevitoria" (cresciuti in particolare nel comparto dei servizi di incasso e pagamento affidati alla gestione della Capogruppo) e l'ulteriore consolidamento dei proventi a vario titolo contrattualizzati con le reti di raccolta sul territorio.

Il Gruppo ha inoltre proseguito anche nel corso del 2018 le politiche di controllo e ottimizzazione delle proprie strutture di costo.

L'effetto virtuoso combinato degli andamenti in crescita dei fatturati da un lato e delle iniziative di efficientamento della propria struttura dall'altro ha consentito al Gruppo di conseguire livelli di redditività lorda e operativa (sterilizzati gli effetti degli oneri non ricorrenti) rispettivamente a +8,5% e a +11,8% rispetto ai dati analoghi del 2017. Questi risultati sono stati realizzati in parallelo ad un'ulteriore significativa campagna di investimenti finalizzati al rinnovo, ammodernamento e potenziamento delle infrastrutture sistemiche e tecnologiche per complessivi circa 95 milioni di Euro, (+ 58% rispetto al dato 2017) e al puntuale rispetto delle obbligazioni derivanti dai contratti di finanziamento in essere.

Nella tabella che segue vengono riassunti i principali dati economico-redдитuali 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 2018).

DATI PRINCIPALI DI BILANCIO 2018 SISAL GROUP* (€ .000)

	2017	2018	VARIAZIONE
EBITDA Adjusted	215.126	233.398	18.272 (8,5%)
Reddito operativo Adjusted	102.278	114.355	12.077 (11,8%)
Risultato dell'esercizio	27.325	36.443	9.118 (33,4%)
Totale ricavi e proventi	831.983	845.374	13.391 (1,6%)

RELAZIONI CON LE BANCHE E LA COMUNITÀ FINANZIARIA

Alla fine del 2016 il gruppo Sisal è stato acquisito dal fondo CVC Capital Partners, un fondo di private equity internazionale, con ingenti capitali e risorse per sviluppare ulteriormente il gruppo Sisal.

I nuovi azionisti per rimborsare i debiti esistenti e finanziare i piani di crescita pluriennali, hanno ricapitalizzato il gruppo con circa 300 milioni di Euro di capitale.

La nuova capogruppo Schumann S.A., successivamente fusa per incorporazione nella controllata Sisal Group S.p.A., ha emesso due prestiti obbligazionari per un importo complessivo di 725 milioni di Euro (di cui 325 milioni a tasso variabile e 400 milioni a tasso fisso); ed ha, inoltre, ottenuto da un pool di banche sia italiane che estere, un contratto di finanziamento revolving per un importo complessivo pari a 125 milioni di Euro per la gestione del working capital.

Le nuove obbligazioni, quotate sul mercato riservato agli investitori istituzionali e professionali (ExtraMot), rendono il gruppo soggetto ad analisi della solvibilità tramite una valutazione assegnata dalle principali società di rating.

L'ultimo rating assegnato è stato B+ per Standard & Poor's con outlook negativo per via delle future sfide in relazione al rinnovo delle concessioni.

*Per le prime tre voci si rimanda alla Relazione sulla Gestione mentre per "totale ricavi e proventi" al Bilancio Consolidato

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 2018 le entrate erariali complessive derivanti dai giochi si sono assestate a circa 9,9 miliardi di Euro, con un tasso di crescita medio negli ultimi 4 anni di circa il 4%, ma in leggera flessione rispetto al dato analogo 2017 di circa lo 0,5%.

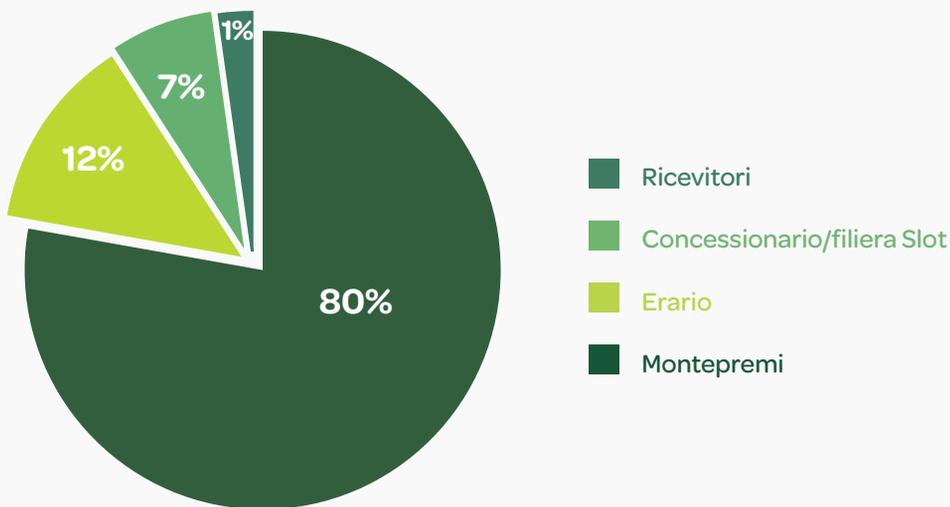
Di questi 9,9 miliardi, circa 1,1 miliardi deriva dalla raccolta di giochi Sisal, e di questi circa 0,4 miliardi sono relativi ai prodotti della famiglia GNTN (SuperEnalotto, Vinci per la vita – Win for Life, SiVinceTutto, Eurojackpot e dal 2014 VinciCasa), che sono fra i più amati e conosciuti dal pubblico e anche fra i più remunerativi dal punto di vista dei ritorni erariali, mentre 0,5 miliardi derivano dalla raccolta mediante apparecchi da intrattenimento.

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 2018, ecco come vengono ripartiti i flussi finanziari derivanti dalla gestione dei giochi:

- Raccolta: 8,8 miliardi di Euro circa
- Vincite complessivamente erogabili: 7 miliardi di Euro circa (circa l'80% della raccolta, contro il 79% circa del 2017)
- Compensi liquidati alle reti di raccolta sul territorio: 0,1 miliardi di Euro circa, in linea con il dato dell'anno precedente
- Compensi riconosciuti alle società concessionarie del Gruppo: 0,6 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: 1,1 miliardi di Euro circa (il 12% della raccolta circa, contro un dato complessivo di mercato di circa il 9,3%).

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

RIPARTIZIONE RACCOLTA DA GIOCHI 2018



IL VALORE CREATO E DISTRIBUITO

Di seguito sono riportati i dati economici consolidati 2018 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.

DETERMINAZIONE DEL VALORE AGGIUNTO (€.000)		
	2018	%
A. Valore della Produzione	845.374	100%
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	845.374	
B. Costi intermedi di produzione	520.338	61,6%
Consumi di materie prime, sussidiarie e di consumo	12.244	
Costi per servizi*	454.491	
Costi per godimento beni di terzi	22.555	
Accantonamenti per rischi	2.060	
Oneri diversi di gestione	28.988	
VALORE AGGIUNTO CARATTERISTICO LORDO	325.036	38,4%
Proventi finanziari	25	
VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO	325.061	38,5%
Ammortamenti, svalutazioni e ripristini di valore**	114.405	
VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO	210.656	24,9%

*Costi per servizi: tale voce non considera costi per sponsorizzazioni

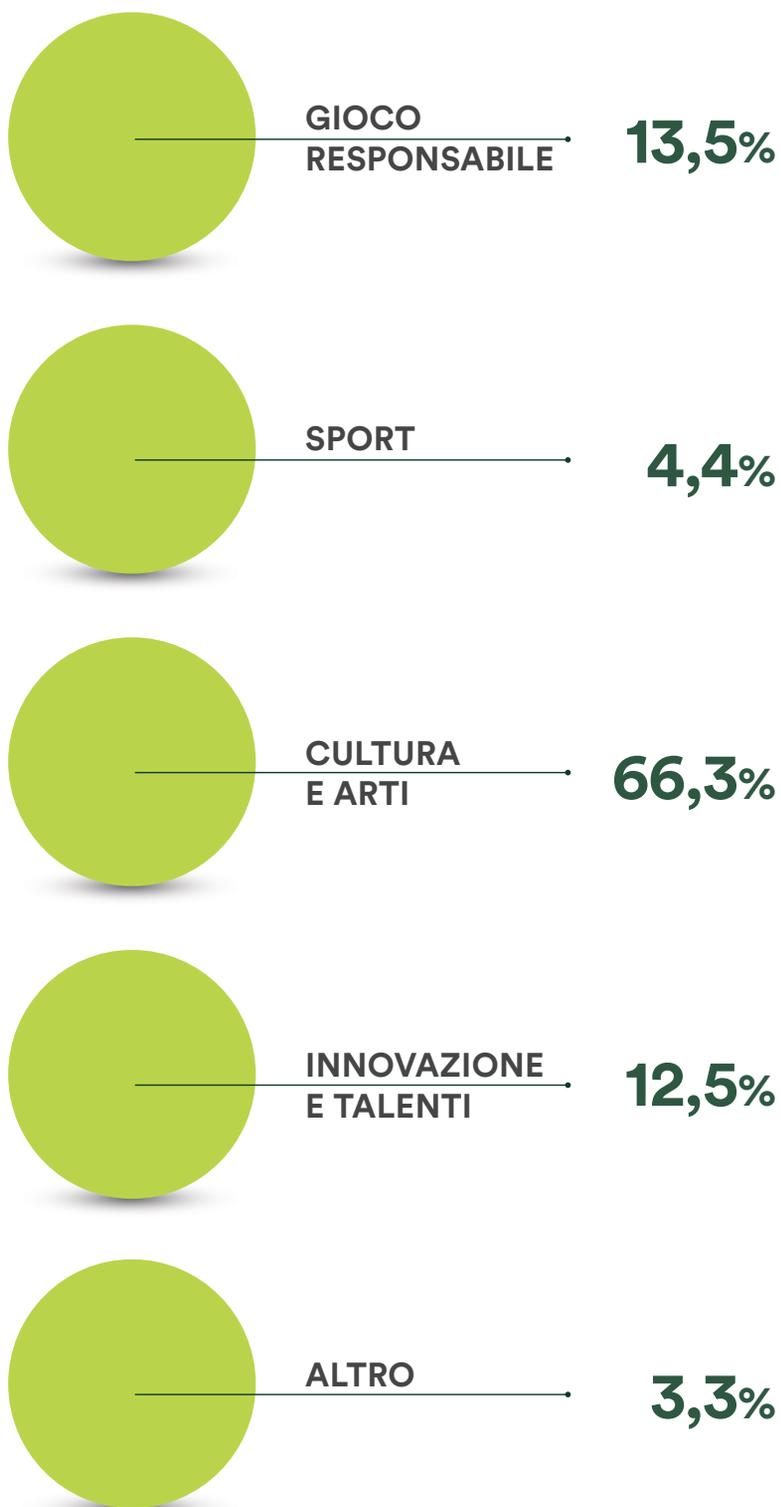
**Ammortamenti, svalutazioni e ripristini di valore: tale voce include svalutazioni di partecipazioni collegate e non considera accantonamenti per rischi e oneri futuri

Non si segnalano finanziamenti ricevuti dalla Pubblica Amministrazione. Il Gruppo non ha inoltre subito nel corso del 2018 sanzioni significative per non conformità a leggi o regolamenti.

DISTRIBUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO (€.000)		
	2018	%
Remunerazione del personale	91.725	43,5%
Costi per il personale	86.526	
TFR	5.199	
Trasferimenti alla pubblica amministrazione	24.501	11,6%
Imposte dirette	15.096	
Imposte indirette	6.260	
Tasse e imposte locali	3.145	
Remunerazione del capitale di credito	56.686	26,9%
Oneri per capitali a breve termine	1.429	
Oneri per capitale a lungo termine	55.257	
Remunerazione del capitale di rischio	0	0,0%
Utili distribuiti a soggetti terzi al gruppo	0	
Remunerazione dell'azienda	36.443	17,3%
Utili non distribuiti	36.443	
Altri Trasferimenti e Community Investments	1.301	0,6%
Liberalità	111	
Sponsorizzazioni*	1.190	
VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO	210.656	100,0%

* Nella voce sono presenti sia le sponsorizzazioni commerciali che con valenza CSR

RIPARTIZIONE COMMUNITY INVESTMENTS



2 GLI STAKEHOLDER

LAVORARE CON IL FUTURO



Roberto Poli

Cattedra UNESCO sui sistemi anticipanti
Presidente - skopia

Lavorare con il futuro non significa prevedere quello che accadrà. Solo chi non conosce la natura del futuro e non ha intravisto la lezione della complessità – forse la più importante novità scientifica degli ultimi decenni – può pensare che lavorare con il futuro significhi sapere che cosa succederà.

La previsione è letteralmente una componente minuscola degli studi di futuro. La chiave di volta del lavorare con il futuro non è tanto la previsione di ciò che accadrà – per fortuna il mondo è sempre più ricco e sorprendente dei nostri modelli – quanto l'essere aperti alle novità, pronti alle sorprese e il prepararsi a gestirle.

Non è però sufficiente sapere che domani le cose saranno diverse da come sono oggi. Limitarsi alla constatazione che le cose sono già cambiate molte volte e continueranno a cambiare è una constatazione ampiamente insufficiente. Ad essa va aggiunta la comprensione della progressiva accelerazione dei cambiamenti.

L'intero ventesimo secolo ha visto succedersi cambiamenti sempre più veloci e non c'è alcuna ragione per pensare che il ventunesimo secolo ne vedrà di minori. Casomai, ci aspettano trasformazioni ancora più veloci e radicali. Non si tratta solo delle peraltro ampiamente annunciate evoluzioni tecnologiche in arrivo, ma anche dei cambiamenti sociali e culturali in preparazione e delle loro reciproche interazioni.

Il complesso dei cambiamenti e in particolare la loro costante accelerazione aumenta l'incertezza di persone, istituzioni e aziende. Le informazioni che vengono dal passato – ovvero la nostra esperienza – non sono più sufficienti per sapere cosa dobbiamo fare e quali decisioni dobbiamo prendere. Dobbiamo aumentare la base informativa che usiamo per prendere decisioni, ma dove possiamo prendere le informazioni che mancano?

Se le informazioni dal passato non sono più sufficienti per sapere cosa fare, ci rimane la possibilità di raccogliere informazioni dal futuro: esplorare metodicamente i modi in cui le cose possono andare per

capire meglio le possibili conseguenze delle nostre azioni.

Tre aspetti sono centrali.

Primo, passare dall'idea di futuro, al singolare, all'idea di futuri, al plurale.

Secondo, rendere espliciti i diversi futuri. Se i diversi futuri sono stati esplicitati, nero su bianco, li possiamo usare come strumenti di lavoro, li possiamo discutere e possiamo chiederci quali conseguenze avranno sul nostro business.

Terzo, in una situazione di cambiamenti in accelerazione, dobbiamo corrispondentemente aumentare la profondità del futuro da esplorare, autorizzandoci a guardare molto al di là delle usuali finestre temporali e operative. Come diceva uno dei padri fondatori degli studi di futuro, più veloce va l'automobile più lontano devono illuminare i fari. Se vedo i cambiamenti in arrivo, siano essi problemi o siano opportunità, posso provare a prepararmi.

Sviluppare competenze di futuro in un contesto organizzativo – letteralmente imparare a lavorare con il futuro – richiede lo sviluppo di esplicite abilità e competenze. Nello stesso modo in cui nessuna persona seria correrebbe la maratona senza un robusto addestramento, serve un adeguato addestramento anche per lavorare con il futuro.

A partire dal 2015, la start up dell'Università di Trento -skopia ha sviluppato una solida metodologia per accompagnare le aziende a leggere e a lavorare con i futuri possibili.

GLI INTERLOCUTORI INTERNI ED ESTERNI

In un'epoca di cambiamenti veloci come la quarta rivoluzione industriale, il dialogo con gli stakeholder diventa elemento irrinunciabile per lo sviluppo sostenibile dell'impresa.

All'incertezza dei tempi rispondiamo con la volontà di cogliere puntualmente le nuove sfide, partecipando in modo propositivo all'evoluzione del nostro ruolo all'interno della società.

Per questo abbiamo attivato un processo di costante ascolto e dialogo con i nostri stakeholder, interni ed esterni, individuando 9 categorie di interlocutori rilevanti con i quali abbiamo definito 'insieme' i temi materiali e la matrice di materialità, elementi fondanti per guidare lo sviluppo secondo priorità e attese dei nostri pubblici.



LE NOSTRE PERSONE

Siamo nella quarta rivoluzione industriale: in quest'epoca di cambiamento e di transizione essere capaci di guardare al futuro è una competenza urgente e importante per ciascuna persona. Le fasi di transizione sono per loro natura fonte di inquietudine ma anche di grandi opportunità: saper osare è una delle capacità essenziali per navigare nell'incertezza di questa epoca e modellare il futuro che verrà.

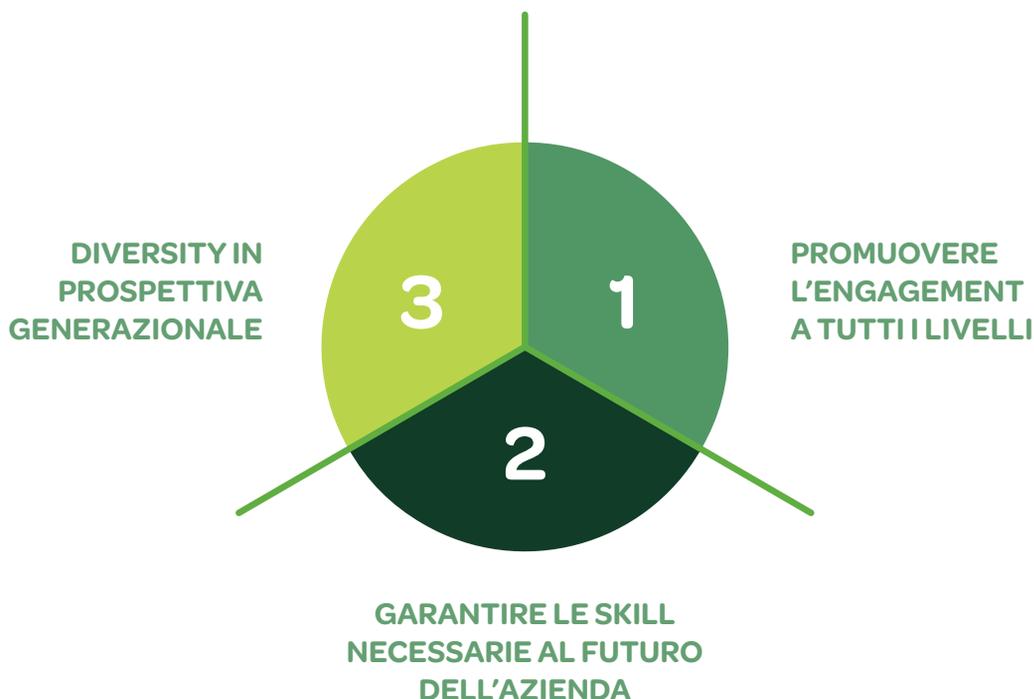
E' in queste fasi che gli esploratori diventano punti di riferimento e Sisal ha una storia di esploratori: 3 giornalisti che, nell'immediato dopoguerra, hanno ridato vita allo sport italiano contribuendo, con l'invenzione del Totocalcio, alla ricostruzione degli impianti sportivi italiani. Sisal è cresciuta utilizzando i driver dei suoi fondatori: preparazione, capacità di innovazione e creatività.

Le persone di Sisal, sono loro che mantengono vivo e sviluppano lo spirito che è al centro della nostra People Strategy.

I dipendenti sono i nostri primi interlocutori, la risorsa più importante su cui puntiamo costantemente perché sia valorizzata al meglio come motore che mette in atto nuove modalità di collaborazione, di apprendimento, di fare innovazione e, quindi, di realizzare il futuro del business.

È questo il ruolo chiave della nostra Direzione Risorse Umane che parallelamente lavora sul mindset, sull'aggiornamento e sull'apprendimento continuo, impostando sempre il modus operandi di Sisal sulla collaborazione intesa come elemento fondamentale per raggiungere risultati ambiziosi.

Per la nostra People Strategy i principali driver per affrontare e prepararci al futuro sono tre:



1. PROMUOVERE L'ENGAGEMENT A TUTTI I LIVELLI

Il nostro approccio si muove su cardini saldi attorno cui impostiamo il nostro modo di lavorare: **ascolto, coinvolgimento e co-progettazione** delle iniziative per definire insieme le linee guida di un progetto. L'ascolto continuo delle persone in azienda è la chiave di volta per comprenderne anche i bisogni: survey strutturate, instant survey e workshop partecipati sono la nostra via preferenziale che, attraverso questo approccio diretto e immediato, ci permette di raccogliere le esigenze da un lato e di elaborare proposte e disegnare insieme iniziative realizzabili dall'altro.

I team interfunzionali che prediligiamo lavorano su progetti trasversali e, grazie alla sinergia di competenze e professionalità differenti, si raggiungono risultati circoscritti in un tempo definito, si amplifica lo scambio delle idee e si crea un ambiente di dialogo finalizzato non solo ad obiettivi di business ma di benessere aziendale. Lavorare su progetti comuni, anche al di là del proprio ruolo professionale, consente di sviluppare un approccio collaborativo e di creare iniziative che hanno un senso per le persone nel loro viaggio professionale.

La composizione eterogenea e lo scambio diretto dei singoli componenti in ogni aspetto della vita aziendale permettono alle task force di analizzare a 360° i punti di un progetto e di trovare le soluzioni più adeguate.

Inoltre, chi vuole può diventare ambasciator di progetto, in continuità e rappresentanza di tutti i colleghi interessati.



19 TEAM DI ASCOLTO PROGETTAZIONE

Workshop di co-design di iniziative di miglioramento.

Clima

**GREAT PLACE
TO WORK**



8 TEAM DI SMART MANAGER E SMART WORKER

Diffondere la cultura dello smartworking.

Digital
mindset

SMART WORKING



1 TEAM DI INNOVAZIONE DIGITALE

Talenti di innovazione scelti dai colleghi tramite ONA.

Digital
transition

FUTURE ACADEMY



1 TEAM DI MENTOR

Team di accompagnamento per tutti i colleghi che vogliono iscriversi o che già partecipano al percorso di auto-allenamento Skill Gym.

Apprendimento
continuo

SKILLGYM



TEAM GENERAZIONALI

Progetti di formazione specifica sulle generazioni.

Diversity

**4 GENERATION
@ WORK**

2. GARANTIRE LE SKILL NECESSARIE AL FUTURO DELL'AZIENDA

La complessità sociale ed economica attuale, le innovazioni tecnologiche e la velocità dei cambiamenti influenzano fortemente chi lavora oggi. Evolve anche tutto il mercato del lavoro e del bilanciamento tra domanda e offerta e con esso inevitabilmente anche i modelli organizzativi, i piani di sviluppo e di formazione per garantire il successo dei singoli e dei gruppi che operano in sistemi sempre più complessi.

Il processo di trasformazione tecnologica e digitale è un passaggio fondamentale anche per la nostra azienda, perché influenza l'intera organizzazione, le modalità di lavoro, i ruoli professionali. Per affrontare questa sfida, abbiamo istituito la Future Academy, finalizzata a diffondere nuova consapevolezza e stili di pensiero più flessibili e inclusivi, stimolare innovazione e sostenere i cambiamenti.

La **Future Academy** ha visto realizzarsi cinque progetti:

1. **Digital Transformation Program**, un percorso formativo dedicato a tutto il top e middle management
2. **Cody Team**, un team di innovazione digitale individuato attraverso una ONA (Organizational Networking Analysis)
3. **Skillgym**, un percorso di allenamento volontario delle soft skill di tutte le persone di Sisal
4. **Smart Working Evolution**, un'evoluzione dello smart working in chiave culturale
5. **Laboratorio di Futuro**, megatrend e metodi per intercettare i futuri possibili.

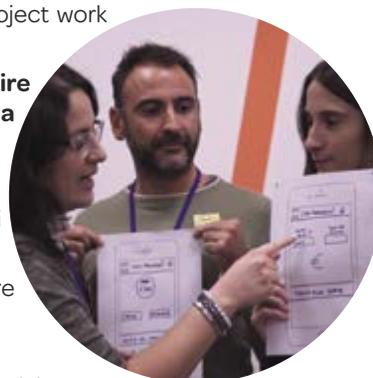
Digital Transformation Program

Un percorso formativo pensato per impostare una riflessione costruttiva con tutto il management sulle dimensioni, le logiche e le dinamiche del cambiamento in atto attraverso una metodologia ibrida che unisce la modalità del workshop con la generazione di idee, project work e la contaminazione con le startup.

Abbiamo creato così un ambiente di apprendimento in cui **definire, costruire e aggiornare le competenze che servono per rispondere real time alla digitalizzazione** e saper avvantaggiarsi delle nuove tecnologie.

Gli obiettivi degli incontri sono:

- comprendere come l'innovazione digitale sta cambiando il contesto di business in cui si crea valore, e quindi i ruoli e le competenze;
- creare una cultura dell'innovazione e del digitale condivisa e incoraggiare modalità di lavoro trasversali a supporto del business;
- valorizzare le competenze e le conoscenze che già possediamo e trasformarle in vantaggio competitivo per migliorare i nostri prodotti/servizi.



Cody Team

Attraverso una survey ONA (Organizational Network Analysis), una **metodologia bottom up** che individua uno specifico profilo di persona le cui caratteristiche sono riconosciute dai colleghi, abbiamo selezionato **15 talenti dell'innovazione**, professionalità con l'attitudine e le skill digitali ideali per affrontare e proporre progetti di business innovativo.

Un cody è colui che:

- ama sperimentare;
- ricerca informazioni e approfondimenti sulle nuove tecnologie;
- condivide le scoperte;
- è pieno di idee e proposte innovative.

Il team interfunzionale composto dai 15 talenti individuati assume così il ruolo di agente del cambiamento interno all'organizzazione, partecipa con il management al **Digital Transformation** program e approfondisce costantemente le competenze di test e prototyping per sviluppare progetti di innovazione digitale da proporre al business.

Skillgym

Trasformazione digitale e apprendimento continuo vanno di pari passo.

Da sempre ritenute importanti in ambito manageriale, le soft skill stanno acquisendo ancora più rilevanza per tutte le professioni e a qualsiasi livello per affrontare la complessità in cui tutti siamo immersi.

Con Skillgym il nostro obiettivo è stato quello di rendere la formazione su queste competenze e l'allenamento di queste capacità un'opportunità accessibile a tutti con un percorso blended, a iscrizione volontaria.

Smart Working Evolution

A due anni di distanza dall'introduzione dello Smart Working in Sisal, abbiamo compreso che questa modalità di lavoro implica un **forte cambio di mentalità** ancora prima che un corretto utilizzo dello strumento. Richiede il passaggio da una prassi di lavoro strutturata in attività e procedure a una organizzata per obiettivi e progetti.

Questa modalità di lavoro incoraggia i manager a co-costruire un rapporto di lavoro dove fiducia e responsabilità sono le parole chiave che definiscono la relazione professionale.

La qualità del professionista e del suo lavoro si misura non più in termini di sforzo e impegno, ma di **risultato ottenuto rispetto agli obiettivi definiti** insieme a inizio progetto e alle tempistiche di consegna dello stesso.

Per sostenere e diffondere questo approccio abbiamo scelto di partire dalle persone, coinvolgendole in un processo attivo di co-costruzione delle modalità di diffusione e consolidamento di questa nuova prassi: **40 smart manager e 40 smart worker**, attraverso laboratori di innovazione, hanno individuato e implementato le azioni utili a far evolvere l'azienda e le persone verso un futuro più digitale, interdipendente e collaborativo.

È nata così una vera e propria comunità di pratica, autorevole ed esperta in materia che, per prima, ha affrontato e trovato soluzioni alla complessità che questo cambiamento porta con sé.



Laboratorio di Futuro

Abbiamo sperimentato un laboratorio manageriale per allenarci a vedere i futuri possibili e imparare a disegnarli per costruire strategie migliori. Il metodo che abbiamo adottato è quello dell'anticipazione: analisi dei megatrend, creazione di scenari, comprensione e gestione dei rischi e delle variabili chiave.

3. DIVERSITY IN PROSPETTIVA GENERAZIONALE

Le organizzazioni in cui le persone hanno valore sono come un mosaico, un'opera in cui ciascun tassello è indispensabile alla realizzazione artistica completa: se solo ne manca uno, l'assenza diventa immediatamente visibile.

Parlare di diversity in un'organizzazione significa fare attenzione a ogni singolo tassello, saperne cogliere presenza, contributo e opportunità in tutte le sfumature possibili.

Sisal è sempre più eterogenea per genere, provenienza etnico-culturale, generazione, esperienze e competenze. Per noi la diversity non è solo un elemento con cui è necessario sapersi confrontare, ma è soprattutto una risorsa che permette di progettare soluzioni creative e innovative che tengano conto dei diversi punti di vista.

In Sisal oggi sono 4 le generazioni che lavorano fianco a fianco ogni giorno.

Lo spostamento in avanti dell'età pensionabile per le generazioni più adulte (Baby Boomer), l'arrivo in posizioni di responsabilità delle generazioni di mezzo (X e Millennials) insieme al primo accesso nel mondo del lavoro della generazione più giovane (Z Gen) uniti allo stile di comunicazione, il "senso del lavoro", l'identità e la realizzazione professionale sono alcuni degli effetti più visibili della diversity generazionale che caratterizza Sisal.

Le differenze generazionali possono rappresentare un'opportunità straordinaria di evoluzione e vengono tenute in grande considerazione nelle iniziative dedicate alle singole generazioni ma anche in quelle dedicate ai team interfunzionali. Consentono inoltre di affrontare le sfide personali e lavorative attraverso lo sviluppo e la gestione di relazioni in modo più efficace e consapevole e contemporaneamente di raggiungere risultati di business più performanti.

Will: il volontariato in Sisal

Volontà: da qui nasce il **progetto di volontariato Will** in Sisal, dall'altruismo e dalla voglia di dedicarsi agli altri.

Un'idea nata quasi per gioco nel 2017, grazie a un gruppo di dipendenti già impegnato nel sociale che ha presentato un progetto finalizzato a devolvere ore lavorative in ore di volontariato in associazioni. Da quel momento è iniziato il percorso Will, che ha trovato subito un ambiente favorevole nello sviluppo della progettualità. È stata così realizzata una survey interna sull'attitudine dei dipendenti Sisal nei confronti del volontariato e su come avrebbero valutato il progetto di volontariato aziendale.

I risultati sono stati più che positivi: il 79,6% degli 825 intervistati ha risposto positivamente all'opportunità di prendere parte al progetto. Will ha iniziato il suo cammino insieme alla collaborazione con **Milano-altruista**, una piattaforma di volontariato in attività dal 2010 che ha come duplice obiettivo quello di aiutare aspiranti volontari a trovare l'attività a loro più adatta e supportare le ONLUS nel trovare i volontari con le caratteristiche giuste.

Grazie a questa partnership è stato realizzato il **portale Will** (in questa prima fase dedicato ai colleghi delle sedi di Milano), attraverso il quale è possibile scegliere un'esperienza di volontariato a cui aderire liberamente.

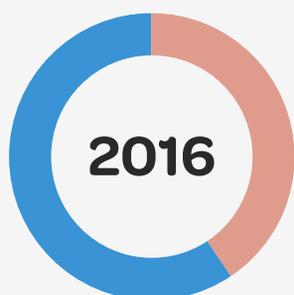
All'interno del portale i dipendenti possono scegliere tra le numerose attività (a disposizione 4 ore mensili per ogni dipendente) attraverso un calendario dettagliato con tutti i progetti a cui poter partecipare e consigliare un'associazione che conoscono o dove già praticano volontariato.

Il progetto intrapreso da Sisal può considerarsi una **best practice a livello nazionale** e sono pochissime le aziende italiane che hanno sviluppato un sistema di volontariato interno per i dipendenti. L'attività rientra nella People Strategy ed è allo stesso tempo un esempio importante di Corporate Responsibility unico nel settore in cui operiamo.

I NOSTRI NUMERI

ORGANICO

Sono **1.928** i dipendenti totali, in aumento rispetto al 2017 (+3%). La componente femminile nel 2018 è pari al 41% del totale organico.



TOTALE
1.787



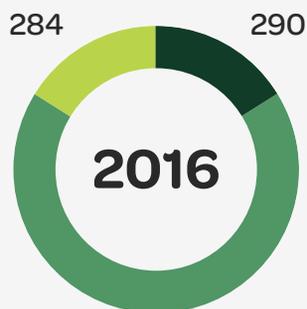
TOTALE
1.872



TOTALE
1.928

ORGANICO PER FASCE D'ETÀ

● <30 ● 30 - 50 ● >50



1.213

TOTALE
1.787



1.189

TOTALE
1.872



1.330

TOTALE
1.928

ORGANICO PER CATEGORIA

La categoria più numerosa in termini di organico è quella degli impiegati, che rappresentano l'82% del totale dei dipendenti. Nelle categorie protette rientrano 51 dipendenti.

	2016		2017		2018	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Apprendisti	21	21	31	20	46	31
Operai	40	15	59	13	56	16
Impiegati	894	657	861	704	879	701
Quadri	75	31	99	42	109	44
Dirigenti	31	2	35	8	38	8
Totale	1.061	726	1.085	787	1.128	800

ORGANICO PER TIPOLOGIA DI CONTRATTO

Su 1.752 dipendenti con contratto a tempo indeterminato - pari al 90% dell'organico totale - l'84% lavora full time.

	2016		2017		2018	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Full-time	914	485	959	529	954	511
Part-time	67	194	126	258	76	211
Totale	981	679	1.085	787	1.030	722

TURNOVER

ASSUNTI PER GENERE						
	2016		2017		2018	
	N.	%	N.	%	N.	%
Donne	42	6%	122	16%	85	11%
Uomini	85	8%	157	14%	141	13%

ASSUNTI PER FASCE D'ETÀ						
	2016		2017		2018	
	N.	%	N.	%	N.	%
<30	65	18%	171	42%	103	33%
30-50	57	5%	99	8%	116	9%
>50	5	2%	9	3%	7	2%

TURNOVER PER GENERE						
	2016		2017		2018	
	N.	%	N.	%	N.	%
Donne	45	6%	86	11%	72	9%
Uomini	42	4%	112	10%	117	10%

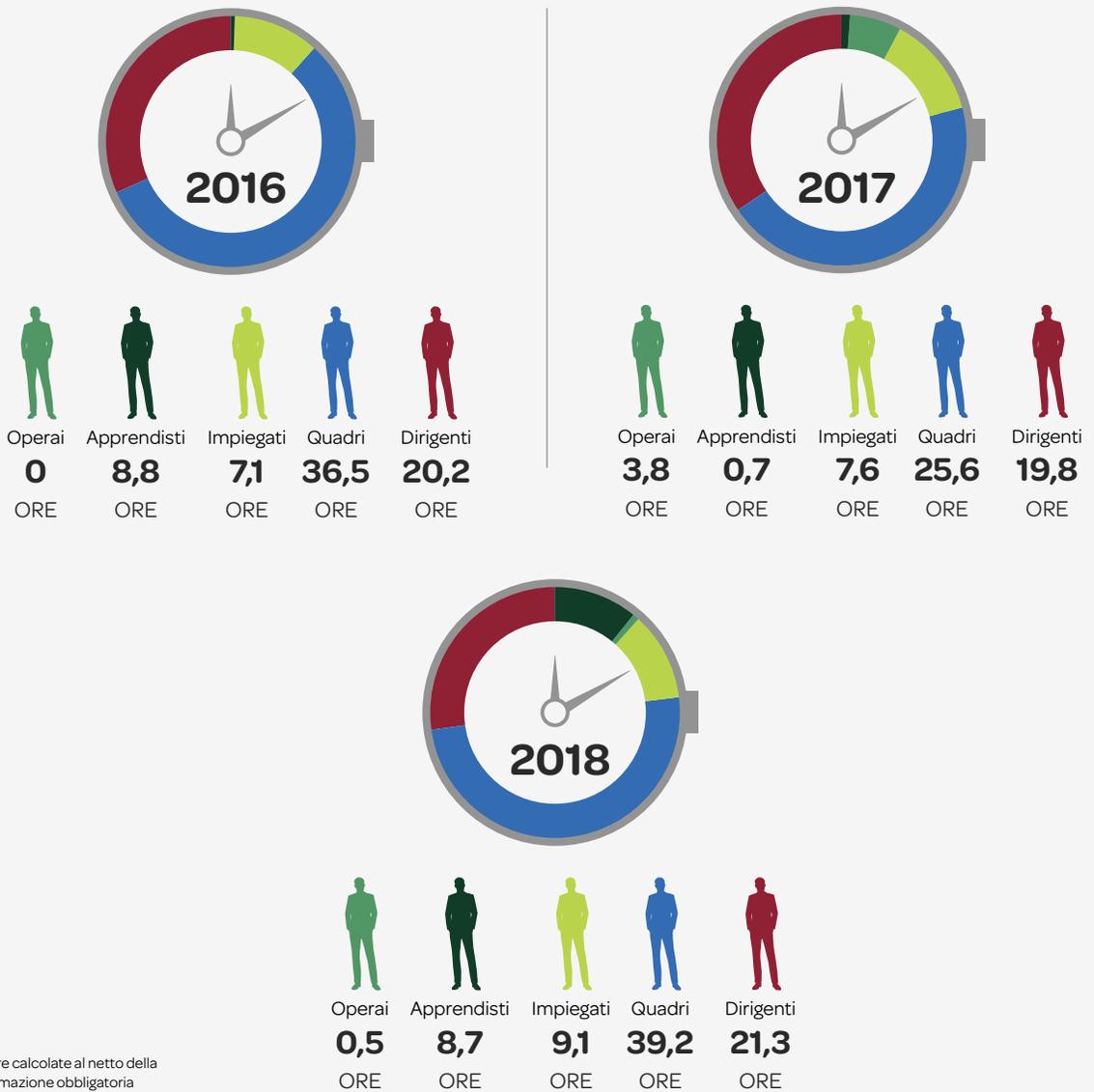
TURNOVER PER FASCE D'ETÀ						
	2016		2017		2018	
	N.	%	N.	%	N.	%
<30	35	10%	82	20%	68	22%
30-50	49	4%	100	8%	103	8%
>50	3	1%	16	6%	18	6%

FORMAZIONE*

ORE MEDIE FORMAZIONE PER GENERE



ORE MEDIE FORMAZIONE PER CATEGORIA*



*Ore calcolate al netto della formazione obbligatoria

SALUTE E SICUREZZA

La salute e la sicurezza sul posto di lavoro sono collegate al benessere generale dei dipendenti perché è fondamentale poter lavorare quotidianamente in un ambiente confortevole e sicuro. La cultura e i valori che abbiamo promosso negli anni hanno determinato l'affermazione di comportamenti virtuosi, in linea con le disposizioni di legge che vengono assicurate attraverso rigidi controlli.

Nei fatti, il team che opera nel settore della sorveglianza sanitaria, della prevenzione e della protezione per il 2018 conta **15 medici competenti** e **11 responsabili sicurezza prevenzione e protezione (RSPP)**. Il team opera in 13 regioni ed è coordinato centralmente dalla funzione HSE di Sisal, da un medico competente coordinatore e da un responsabile sicurezza prevenzione e protezione coordinatore.

È garantita la formazione di tutti i lavoratori, qualsiasi siano le loro mansioni, e all'interno di ogni sede di lavoro sono state formate squadre per la gestione delle emergenze. A questo proposito sono stati formati e vengono aggiornati 329 addetti al primo soccorso e 466 addetti antincendio.

Presso le sedi operative di Milano e Roma sono stati acquistati e installati due **defibrillatori automatici** e sono stati formati complessivamente 18 lavoratori per il loro uso. Il defibrillatore installato presso la sede di Milano è disponibile anche per il pubblico soccorso.

Nel 2018 abbiamo conseguito la certificazione OHSAS 18001 "Salute e sicurezza sul lavoro" per la sede di Roma.

INFORTUNI			
	2016	2017	2018
Numero di infortuni	34	45	26

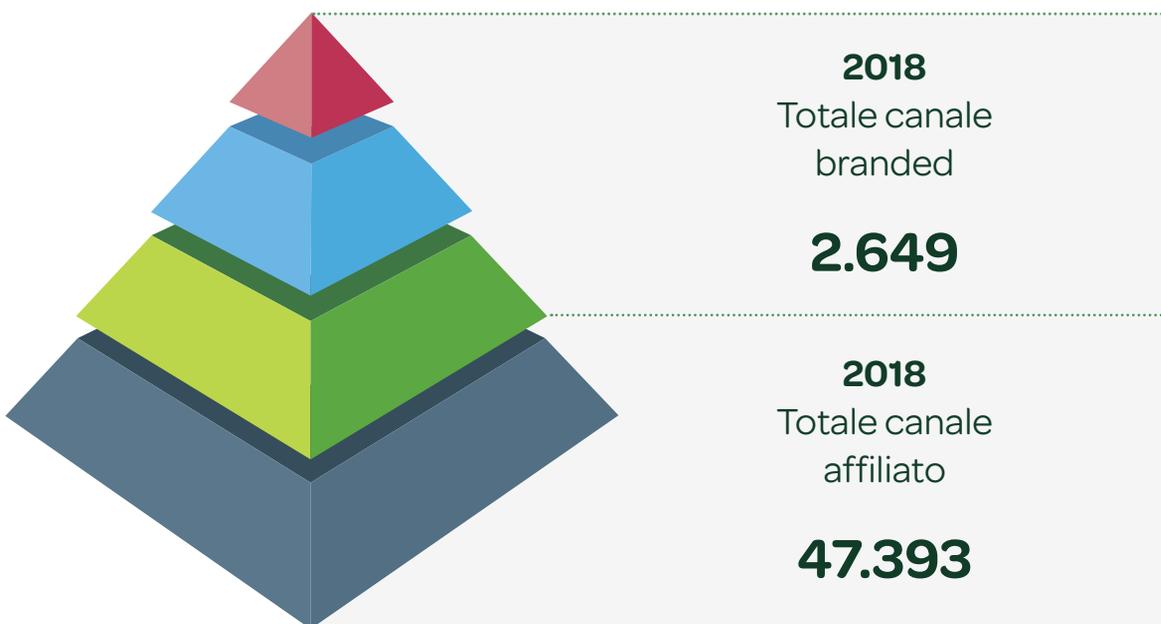
ACCORDI SINDACALI SU TEMATICHE HSE			
	2016	2017	2018
Numero totale di accordi con le associazioni sindacali	1	1	1
Numero totale di accordi con le associazioni sindacali che coprono/includono tematiche di Salute e Sicurezza	1	1	1
Percentuale di accordi che coprono/includono tematiche di Salute e Sicurezza	100%	100%	100%

LA RETE SISAL

La rete distributiva, proponendo i nostri prodotti di gioco e i nostri servizi di pagamento, svolge un ruolo strategico non solo per il Gruppo ma anche per il territorio. La presenza capillare dei nostri punti vendita garantisce a un ampio bacino di consumatori la massima facilità di acquisto dei prodotti e di fruizione dei servizi.

La solidità della nostra rete rappresenta un pilastro fondamentale per la nostra credibilità e reputazione. Essa è cresciuta grazie a un'offerta commerciale differenziata e personalizzata, volta a sostenere lo sviluppo delle potenzialità di ogni singolo punto vendita. Investiamo costantemente sulla qualità della rete, impegnandoci per accrescere la professionalità dei rivenditori, sviluppandone le competenze e rendendoli protagonisti della proposizione commerciale e del processo di vendita.

I nostri 50.042 punti vendita sono divisi in due canali fisici: branded e affiliato.



CANALE BRANDED

Sono 2.649 i punti vendita del nostro **canale branded**. Il contatto e la comunicazione diretta con i nostri consumatori ci permette di capire meglio i loro bisogni e aspettative e di sviluppare una strategia retail funzionale allo sviluppo sostenibile del business perché misurata sulle reali esigenze dei nostri clienti. Del canale branded fanno parte:



Sisal Wincity. È un concept innovativo basato sul modello “Eat, Drink and Play” che coniuga gioco, ristorazione e intrattenimento. Siamo presenti con Wincity nelle principali città italiane, tra cui Milano, Roma, Torino, Brescia, Pescara, Firenze, Catania, Bologna.



Sisal Matchpoint. È il brand dedicato alle scommesse ippiche e sportive e alle Virtual Races.



Sisal Smartpoint. Lanciato nel 2014, offre un'esperienza di intrattenimento innovativa basata sulle tecnologie più moderne. Propone il portafoglio completo dei prodotti Lottery e AWP (Amusement With Prize), oltre a tutta la gamma dei servizi di pagamento.

CANALE AFFILIATO

I nostri prodotti e servizi sono anche presenti presso 47.393 punti vendita di terzi, distribuiti in modo capillare su tutto il territorio nazionale e con cui abbiamo costruito nel tempo una relazione commerciale duratura. Attivi sia nei prodotti di gioco che nei servizi di pagamento, i punti vendita del canale affiliato sono fondamentali per raggiungere un pubblico più ampio.

La vera forza della relazione con la rete è il dialogo continuo con i rivenditori che si rivela elemento essenziale per raccoglierne le esigenze e contribuire contemporaneamente a fornire loro aggiornamento e formazione.

Dialoghiamo con la rete attraverso tre canali diretti:

Contact center

Un servizio dedicato ad accesso controllato, per garantire la massima riservatezza. Grazie a una rete di operatori esperti e costantemente aggiornati, nel 2018 il servizio di Contact Center ha raggiunto i seguenti risultati:

- **Accessibilità al servizio:** 93,1% dei contatti gestiti
- **First Call Solution (FCS):** 92,2% risposte risolutive al primo contatto su richieste di informazioni contabili, amministrative e commerciali
- **Service Level Agreement (SLA) richiesti dalle agenzie delle Dogane e dei Monopoli:** il 99,97% delle pratiche informative GNTN rispetta i livelli richiesti.

Portale dedicato ai rivenditori

Il canale di comunicazione privilegiato con la rete è rappresentato dal Portale Rivenditori, accessibile al link www.rivenditorisital.it sia tramite pc che mobile. Il Portale ha registrato una crescita costante nel corso degli anni e nel 2018 ha conseguito una media di oltre **11.500 accessi unici al mese**.

La piattaforma permette ai rivenditori di essere sempre connessi con Sisal anche in mobilità e di accedere in qualsiasi momento a tutti i servizi a loro dedicati: ad esempio, attraverso il Portale possono consultare tutte le informazioni di prodotto e accedere ai dati contabili relativi al proprio punto vendita.

Inoltre, al fine di consolidare e rafforzare la relazione con Sisal, il Portale permette ai rivenditori di richiedere e ricevere assistenza per tutte le esigenze legate al business e alla gestione del punto vendita.

Messaggistica a terminale

Un ulteriore strumento di comunicazione diretta tra Sisal e i rivenditori è il terminale di gioco, attraverso il quale la Rete non solo convalida le giocate, ma è anche quotidianamente informata sulle novità legate ai prodotti, alle iniziative speciali dedicate ai consumatori, alle vincite realizzate e molto altro.

Con l'obiettivo di assicurare la massima efficacia delle comunicazioni e non ostacolare la quotidiana attività lavorativa, i messaggi sono differenziati sulla base di priorità, che permettono al rivenditore di identificare rapidamente quelli più importanti.

Criteri di scelta dei punti vendita

La nostra Rete distributiva è composta dai migliori punti vendita sul territorio italiano, risultato della grande attenzione che la forza vendita dedica all'individuazione dei nuovi esercizi commerciali da inserire nel network del Gruppo. Tra i criteri di selezione, l'ubicazione del punto vendita in zone strategiche ad alto traffico e l'attitudine commerciale del rivenditore sono punti che valutiamo positivamente. Il punto vendita infatti, rappresenta uno dei media principali anche per informare in modo adeguato i consumatori sulle novità di prodotti e servizi. In occasione di lanci o nuove iniziative, ad esempio, forniamo a tutta la rete gli allestimenti dedicati, con l'obiettivo di conferire la massima visibilità al portafoglio prodotti e supportare concretamente i rivenditori nella commercializzazione dell'offerta. La nostra forza vendita, inoltre, supporta la rete con visite periodiche in occasione delle quali fornisce informazioni utili, promuove le leve commerciali e dà consigli sull'esposizione ottimale degli allestimenti.

La Rete distributiva

	2017	2018
Sisal Wincity	24	25
Agenzie Matchpoint	372	364
Corner punti gioco ippici e sportivi	3.273	1.384
Sisal Smartpoint	776	876
Totale canale branded	4.445	2.649
Punti vendita solo AWP e VLT	3.636	2.344
Punti vendita giochi e servizi	32.341	32.348
Punti vendita lottery+servizi+AWP	2.888	2.174
Punti vendita solo servizi	8.010	10.527
Totale canale affiliato	43.987	47.393
TOTALE	48.432	50.042

I FORNITORI

L'evoluzione del mercato dei giochi e dei servizi ci ha spinto a diversificare il nostro business, attivando un processo di continua conoscenza e selezione di nuovi fornitori in linea con i valori di Sisal. Crediamo fermamente che soltanto coltivando un rapporto e un dialogo diretto e trasparente con i nostri numerosi partner commerciali possiamo sostenere l'innovazione dei nostri prodotti e servizi e generare valore sull'intera catena di fornitura, rispettando al contempo i requisiti normativi specifici del settore del gioco e le aspettative di tutti i nostri stakeholder.

LA CATENA DI FORNITURA

La crescita e il rafforzamento di Sisal sono legati alla rete di partnership strategiche che stringiamo con i fornitori, da sempre rigorosamente selezionati in virtù delle migliori competenze specialistiche disponibili sul mercato.

Il nostro modello si basa su una comunicazione diretta e trasparente e sulla condivisione di responsabilità: collaboriamo per minimizzare e gestire i rischi di business e per ottimizzare i prodotti e servizi in termini di efficacia ed efficienza. Il mercato dei giochi e dei servizi è in continua evoluzione, per mantenere un determinato vantaggio competitivo sappiamo che occorre un miglioramento continuo in termini di innovazione, sia nei prodotti che nei servizi offerti, che nei modelli operativi.

Il raggiungimento di questo obiettivo presuppone relazioni ottimali con tutta la filiera e performance sempre più elevate di quest'ultima: ecco perché svolgiamo un'accurata attività di **valutazione** e **qualifica** dei fornitori di materiali, di servizi collegati direttamente ai consumatori finali e dei processi nell'ambito del Sistema di Gestione Qualità.

La valutazione dei fornitori si basa sulla conformità a quanto previsto dai contratti e dagli ordini e sul monitoraggio degli scostamenti tra i livelli di servizio concordati (SLA) e i livelli di servizio effettivamente erogati. Il controllo degli SLA e la valutazione di alcuni elementi, quali il rispetto dei tempi di consegna e delle specifiche di servizio, 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. A tutti i nostri fornitori viene contrattualmente richiesta l'osservanza delle norme e dei principi del **Codice Etico** e di **Comportamento** adottato ai sensi del D.lgs. 231/01 disponibile anche sul sito aziendale. Il documento ci aiuta a rendere concreto l'impegno di coltivare un rapporto di massima collaborazione con i nostri fornitori per assicurare costantemente la soddisfazione delle esigenze dell'azienda e dei suoi consumatori finali in termini di qualità, costi e tempi di consegna. Inoltre, disponiamo di sistemi di controllo per la prevenzione della corruzione secondo la normativa **UNI ISO 37001:2016**.

Per quanto riguarda le aree principali di attività del Gruppo, i fornitori vengono così suddivisi nelle aree di acquisto: Terminali di gioco, Materiali di gioco, Servizi logistici e di trasporto, Servizi di installazione e manutenzione HW, Servizi di Call Center, Media, Eventi, Marketing, Creatività e Ricerche di mercato, Servizi di comunicazione voce e Trasmissione dati, Hardware e software, fornitori di piattaforme di gioco, Servizi di consulenza e Servizi professionali, Appalti di ristrutturazione, Servizi alla persona e agli edifici-punti vendita, Food & beverage, Sisal Television.

LA COMUNITÀ

Sono passati 70 anni da quando tre giornalisti decisero di restituire speranza e spensieratezza a un popolo circondato dalle macerie della guerra. È questo lo spirito che ha animato le origini di Sisal: contribuire alla rinascita del Paese.

Il nostro modo di fare impresa è radicato profondamente nel tessuto sociale degli italiani sin dalle origini e mantiene ancora vivo il dialogo con le comunità, promuovendo innovazione, condivisione e integrazione sociale. Perché lo sviluppo di una società è sostenibile se riesce a dare valore alle persone e ai territori.

IL NOSTRO MODELLO DI COMMUNITY INVESTMENT

Nel 2017 abbiamo avviato un processo di identificazione degli investimenti con valenza di Responsabilità Sociale. Per definire le aree di spesa più in linea con questa scelta, abbiamo operato un'analisi comparativa sulle buone pratiche operate nel settore.

Il modello prevede **4 aree di intervento**:



Il nostro impegno per il gioco equilibrato e responsabile è parte integrante del modello di Sostenibilità, ma il suo impatto sociale e la sua valenza strategica meritano un discorso a parte che sarà affrontato nel Capitolo 3.

Il Comitato di Sostenibilità, coordinato dal Direttore Marketing e Comunicazione e costituito dai responsabili delle BU e delle direzioni centrali, definisce e presidia il modello di Sostenibilità del Gruppo in termini di condivisione e approvazione delle linee guida strategiche. Nel 2018 il Comitato si è riunito 5 volte.

SPORT

Sin dalla creazione della prima schedina nel 1946, Sisal vive e interpreta la pratica sportiva in una cornice di puro divertimento e di una competizione sana e rispettosa delle regole. Da qui si muovono le linee guida per il sostegno degli interventi sul territorio.

We Playground Together

Un progetto di cui siamo sostenitori, ideato dal campione NBA Danilo Gallinari, per riqualificare gli spazi adibiti all'attività sportiva all'interno delle periferie entro il 2020.

We Playground Together è stato inaugurato nel parco Vittorio Formentano a Milano, il 9 settembre 2018, insieme al campione Gallinari e a una nutrita schiera di grandi e piccini appassionati di Basket. Numerosi gli intrattenimenti organizzati come le minipartite tra ragazzi e ragazze di piccole società sportive, le gare di tiro, le skills challenge e una partita finale tra ex giocatori professionisti e amici di Gallinari.

Il progetto rientra nell'area Sport e Sostenibilità da sempre supportato da Sisal per valorizzare l'attività sportiva come leva di formazione e socializzazione. Nei campi – qui come in ogni parte del mondo – si superano le barriere e si costruiscono momenti di aggregazione collettiva funzionali all'integrazione e alla coesione sociale.



Liberi Nantes - Oltre il gioco

Nel 2015 Sisal ha iniziato a sostenere l'associazione Liberi Nantes, la **prima squadra di calcio in Italia interamente composta da rifugiati e richiedenti asilo**.

Nata nel 2007 e riconosciuta dall'UNHCR, è una Associazione Sportiva Dilettantistica Italiana che offre preziose occasioni di incontro, integrazione e amicizia. Dal 2010 Liberi Nantes presidia lo storico Campo Sportivo XXV Aprile di Pietralata a Roma, costruito negli anni sessanta.

Il sostegno di Sisal ha avuto inizio con il progetto "Oltre il gioco", iniziativa congiunta con Roma Cares – Onlus legata alla Responsabilità Sociale dell'AS Roma – con l'obiettivo di trasmettere, insieme alla prestigiosa squadra della capitale, i valori aggreganti di uno sport gioioso e rispettoso delle regole.

Dopo i buoni risultati del 2017, Sisal continua a sostenere direttamente l'Associazione Liberi Nantes – sono previsti dei contributi anche per il 2019 - favorendo la riqualificazione e la funzionalità del campo sportivo ove poter continuare a dare vita a programmi di innovazione sociale e riqualificazione degli spazi pubblici delle periferie.

CULTURA E ARTI

La qualità del tempo libero degli italiani rientra nelle priorità del nostro agire responsabile: le iniziative in campo culturale mirano a favorire peraltro un avvicinamento dei giovani a valori quali l'uguaglianza, il rispetto e la socializzazione.

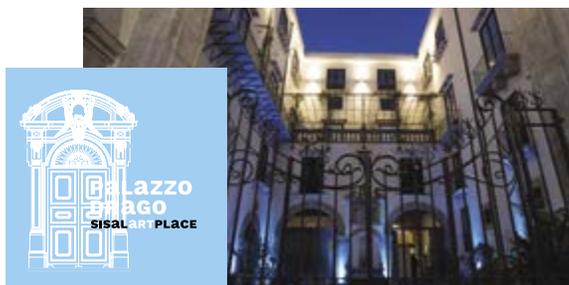
Manifesta: Sisal e l'Arte Contemporanea Italiana

Manifesta è una biennale europea itinerante di Arte Contemporanea che si è tenuta nel 2018 nella città di Palermo e che ha visto Sisal come main sponsor.

La scelta è nata da un primo interesse verso gli artisti emergenti italiani e da un'indagine commissionata a IPSOS sull'arte contemporanea, i suoi attori e i suoi influencer. Si è sviluppata così l'idea di mettere in connessione gli artisti su tutto il territorio nazionale, promuovendo lo sviluppo della rete e delle competenze necessarie a rendere questa forma d'arte più presente e competitiva nei mercati internazionali.

Dal 16 giugno al 4 novembre 2018 il capoluogo siciliano è stato teatro di numerose iniziative organizzate e ideate da Sisal come il **Sisal Art Place**, uno spazio dedicato al pubblico del Manifesta, allestito secondo un concept ambientato nello storico Palazzo Drago.

L'obiettivo è stato stimolare gli artisti italiani a fare networking superando la frammentazione del sistema che rende arduo acquisire visibilità e riconoscibilità. Si tratta di un mecenatismo innovativo mirato non solo ai giovani, ma a sostenere l'intera filiera per aumentare lo spazio dell'espressione artistica contemporanea.



Piccolo Teatro

Da dieci anni supportiamo il Piccolo Teatro di Milano per offrire occasioni di incontro tra i giovani e i protagonisti della cultura. Sisal è **Special Partner del Chiostro Nina Vinchi** in via Rovello a Milano, luogo storico di ritrovo per studenti, professionisti e appassionati di teatro, ove prendono vita presentazioni di spettacoli, laboratori di approfondimento, letture, cicli di incontri a tema e mostre culturali.

In questa cornice abbiamo anche lanciato "A Teatro con Sisal", un progetto rivolto ai dipendenti per diffondere internamente la cultura del teatro condividendo con i colleghi la passione per il palcoscenico.

INNOVAZIONE E TALENTI

Il futuro è sostenibile ed è nelle mani dei giovani, per questo l'educazione e la valorizzazione dei talenti è un punto importante per Sisal.

GoBeyond: la seconda edizione promossa da SisalPay

Dopo la prima edizione del 2014, torna il **concorso nato per incoraggiare l'innovazione in Italia, sostenendo le idee imprenditoriali** e accompagnandole verso la loro realizzazione in imprese di successo. L'edizione del 2018 è stata sviluppata in collaborazione con CVC Capital Partners del fondo private equity britannico, nell'ambito del programma internazionale di supporto all'imprenditoria "Young Innovators".

Il contest è stato ideato da SisalPay e gli hanno dato impulso partner di primo livello come l'Osservatorio Digital Innovation del Politecnico di Milano, Google, Roland Berger, Brunswick, frog, Studio Legale Munari Cavani. Questo pool di eccellenza ha lavorato per creare un "ecosistema" volto non solo a finanziare l'avvio della start-up vincitrice, ma anche a continuare a offrire nel tempo supporto e consulenza.

Oltre 70 le idee presentate dagli aspiranti giovani imprenditori che si sono misurati sul terreno della "Social Innovation" e dei "Servizi al cittadino". Vincitore della prima categoria è stato **Wiseair**, vaso smart di monitoraggio diffuso, iperlocale e real time, della qualità dell'aria. Mentre per la seconda categoria il vincitore è stato **Plick**, il pagamento semplice senza Iban, senza app e senza limiti.

Ottimo anche il riconoscimento all'esterno di queste idee: Wiseair è stato selezionato tra le migliori start-up italiane da LeVillage (spazio di co-working del gruppo Crédit Agricole); Plick si è aggiudicato il bando Fabriq per il finanziamento con fondi pubblici dei progetti ad alto impatto sociale.

Siamo lieti di aver contribuito a dare slancio e visibilità a quella parte positiva degli italiani, guidati da spirito creativo e dotati di tanta voglia di sperimentare e di mettersi in gioco, un tratto distintivo della nostra migliore imprenditoria.



SOLIDARIETÀ SOCIALE



**Fondazione
Umberto Veronesi**
– per il progresso
delle scienze

Fondazione veronesi

Attraverso la sua vasta rete Sisal continua a promuovere da 7 anni l'iniziativa "**Pink is good**", a sostegno della ricerca scientifica per sconfiggere il tumore al seno. Nel 2018 sono stati raccolti in totale 11.826 euro.



Telethon

Da ben 14 anni Sisal è al fianco di Telethon. Nel 2018 abbiamo sostenuto **#presente**, l'iniziativa della Fondazione per raccogliere fondi per la ricerca scientifica contro le malattie genetiche rare. La somma raccolta ammonta a 13.350 euro.

L'IMPATTO AMBIENTALE

Nonostante gli impatti ambientali non rappresentino un'area critica della nostra sostenibilità, crediamo che tutti abbiano una parte di responsabilità nel preservare il capitale naturale e costruire un futuro davvero sostenibile.

Noi di Sisal chiediamo ai nostri dipendenti e ai nostri fornitori di adottare comportamenti e atteggiamenti ispirati a una corretta ed equilibrata **gestione delle risorse** e ci impegniamo a monitorare e migliorare costantemente le attività, in particolare attraverso lo sviluppo di iniziative di **risparmio energetico**, di **riduzione dei consumi di carta**, di **inquinamento e delle emissioni**.

Consideriamo rilevante anche il tema dell'uso efficiente dell'acqua. Dal 2001 siamo dotati di un sistema di gestione della qualità certificato secondo lo standard ISO 9001, grazie al quale non solo manteniamo alti i livelli di gestione sostenibile dell'azienda, ma riusciamo a diffondere un'idea diversa di qualità, in cui anche il rispetto dell'ambiente riveste un ruolo importante. Nel 2018 per la sede di Roma, abbiamo conseguito la certificazione ISO 14001:2015 sul "Sistema di gestione ambientale".

ENERGIA ELETTRICA

Il consumo di energia elettrica rappresenta l'impatto ambientale più importante per il Gruppo, e per tale ragione siamo costantemente impegnati nell'implementazione di iniziative di rispetto ambientale efficaci ed efficienti. Dopo aver dotato la nostra sede di Milano di dispositivi per **l'accensione e lo spegnimento automatico delle luci** e di plafoniere con **luci LED** per l'illuminazione dei corridoi, nel 2017 abbiamo migliorato ulteriormente il sistema, adottando dispositivi che si regolano automaticamente in funzione della luce, fino a spegnersi se non ci sono persone presenti.

Abbiamo anche intrapreso un più ampio percorso di ottimizzazione dei consumi nelle sedi a maggiore impatto in termini di consumo di corrente. Nel 2018 abbiamo cominciato a monitorare costantemente i principali consumi, al fine di individuare azioni mirate per il risparmio energetico. Nello stesso anno è stata ottenuta per la sede di Roma la certificazione ISO 50001 sul "Sistema di gestione dell'energia".

IMPIANTI DI RISCALDAMENTO E RAFFREDDAMENTO

Nel 2018 abbiamo terminato l'ottimizzazione dell'impianto di riscaldamento/raffreddamento della sede di Roma, ora in grado di calibrare la temperatura a seconda della presenza o meno dei dipendenti negli uffici. È stata inoltre adeguata la piattaforma per la gestione intelligente dell'immobile (**Building Management System**), che consente di adeguare e controllare la temperatura interna in funzione di quella esterna. La soluzione impatta positivamente sui consumi ma anche sul benessere dei dipendenti e degli ospiti.

EMISSIONI

Le nostre emissioni derivano dai consumi energetici, dai processi logistici e dagli spostamenti dei dipendenti. In ognuna di queste aree abbiamo avviato iniziative per la riduzione degli impatti sull'atmosfera.

- **Auto elettriche.** Le auto elettriche presenti nella nostra flotta sono sempre più utilizzate dai dipendenti per gli spostamenti lavorativi nel raggio di 150 km. L'utilizzo di queste automobili ha evitato l'immissione di 3,1 tonnellate di CO₂.
- **Modernizzazione del parco auto.** Nel 2018 abbiamo sostituito oltre 100 veicoli della nostra flotta aziendale con vetture più moderne e con minori consumi, grazie anche alla selezione mirata di fornitori capaci di offrirci modelli sempre più performanti e meno inquinanti.
- **Ottimizzazione dei processi logistici.** Nel 2016 la nostra divisione Logistica ha rivisto e riorganizzato i propri processi al fine di ottimizzare le spedizioni ed eliminare le eccedenze di consumo in termini di consegne e ritiri dei materiali.

CARTA

Prestiamo attenzione all'utilizzo sostenibile delle risorse. In particolare, la carta rappresenta per noi il materiale più utilizzato e, al contempo, più a rischio di spreco. L'impegno di Sisal nel presidiare i consumi di carta termica è costante e considerato strategico, come anche gli sviluppi di prodotto verso carte più ecologiche.

In ufficio

La vita in ufficio prevede l'adozione di comportamenti responsabili dei nostri dipendenti e la preferenza per fornitori di carta e servizi per le stampanti multifunzione sostenibili. Il nostro impegno nella riduzione del consumo di carta si concretizza in due azioni principali:

- l'installazione di un server centrale per l'ottimizzazione delle stampe;
- l'avviamento di una gara per fornitura di nuovi modelli di stampanti che offrono prestazioni più efficienti che verranno poi installate nel 2019.

Nella rete Sisal

Anche in tutta la nostra rete sviluppiamo continuamente iniziative per ridurre i nostri impatti legati al consumo di carta:

- **Carta riciclabile:** nel secondo semestre del 2018 le sedi retail hanno cominciato a utilizzare carta riciclata. L'utilizzo di questo tipo di carta consente piccoli risparmi economici, ma grandissimi vantaggi in termini di riduzione dell'impatto ambientale: la produzione di ogni risma A4 di carta riciclata consente di risparmiare 7,5 kg di legno, 19,3 Kwh di elettricità, 107 litri di acqua e 1,6 kg di CO2. A fronte del consumo di 8.720 risme di carta riciclata A4, si registra un risparmio di 65.400 kg di legno, 16.8296 kwh di corrente, 94.0016 litri di acqua, 13.952 kg di CO2;
- **Nuovi modelli di stampanti:** puntiamo ad incrementare l'efficienza dotandoci di nuovi modelli che offrono migliori prestazioni in termini ambientali;
- **Certificazione FSC®*:** dato l'elevato consumo di carta termica nella rete di punti vendita, tutti i nostri fornitori di materiali da gioco sono certificati;
- **Programma Stock Store:** il programma, in essere dal 2013, gestisce il controllo delle scorte e dei riordini di materiali presso le ricevitorie, nonché il monitoraggio del consumo di carta;
- **Firma digitale:** l'implementazione della firma digitale per i contratti della rete distributiva e dell'area degli apparecchi da intrattenimento diminuisce la necessità di effettuare stampe di documenti, riducendo ulteriormente i consumi cartacei.

RIFIUTI

L'attitudine al rispetto dell'ambiente è forse più difficile laddove gli impatti non emergono in tutta la loro entità o pericolosità. La corretta raccolta dei rifiuti nelle sedi e negli uffici coinvolge costantemente i nostri dipendenti a livello culturale prima ancora che a livello materiale: per questo implementiamo azioni di sensibilizzazione a tutti i livelli.

Sono stati collocati, per esempio, contenitori per la raccolta differenziata in tutte le sale ristoro e nelle aree vicino alle stampanti; vicino a quest'ultime è stato inoltre posizionato un contenitore ad hoc per lo smaltimento dei toner e dei consumabili esausti.

Per massimizzare i risultati, in passato presso la sede di Roma sono stati realizzati incontri specifici per la formazione dei dipendenti e degli addetti alla pulizia, in collaborazione con la società di smaltimento AMA.

CONSUMO ENERGETICO INTERNO ALL'ORGANIZZAZIONE				
	UDM	2016	2017	2018
Gasolio per riscaldamento*	GJ	2.470	2.793	2.163
Gasolio autotrazione	GJ	19.834	26.469	22.264
Energia elettrica	GJ	80.280	87.120	72.405
Gas naturale	GJ	4.232	4.477	4.473
Consumi Totali	GJ	106.817	120.859	101.305

* I dati fanno riferimento alla sede di Milano

PRELIEVI IDRICI				
	UdM	2016	2017	2018
Sede di Milano	Mc	16.185	16.721	n/a*
Sede di Roma	Mc	7.265	5.571	2.701
Totale	Mc	23.450	22.292	2.701

RIDUZIONE DELLE EMISSIONI GHG				
	UdM	2016	2017	2018
Energia proveniente da fonti rinnovabili	t di CO2	8.930	8.478	8.960,1
Auto elettriche	t di CO2	3,5	3,5	3,1
Totale	t di CO2	8.933,5	8.481,5	8.963,2

PESO TOTALE DEI RIFIUTI				
	UdM	2016	2017	2018
Rifiuti non pericolosi	kg	251.200	196.909	348.664

MITIGAZIONE DEGLI IMPATTI AMBIENTALI DI PRODOTTI E SERVIZI				
	UDM	2016	2017	2018
Numero di fornitori di materiali da gioco certificati FSC sul totale dei fornitori	%	100%	100%	100%
Utilizzo di energia proveniente da fonti rinnovabili	%	Certificato "100% Energia Pulita"	Certificato "100% Energia Pulita"	Certificato "100% Energia Pulita"
Spedizioni totali	Numero	467.958	441.866**	467.883

*A margine della cessione del building di Milano, i dati di consumo risultano n/a.

**Nel 2017 nonostante un aumento dei punti vendita complessivi, si è registrata una riduzione del numero di spedizioni rispetto all'anno precedente anche grazie all'utilizzo del programma Stock Store.

IL DIALOGO DIGITALE CON GLI STAKEHOLDER

Abbiamo sviluppato numerosi canali di comunicazione digitale, con l'obiettivo di coltivare un dialogo costante e diretto con i nostri stakeholder e in particolare con i nostri clienti.

PRINCIPALI CANALI ONLINE

SISAL.COM

Il sito corporate aziendale, totalmente ridisegnato nel 2018 per valorizzare al massimo il brand e la relazione con gli stakeholder, propone un piano editoriale dedicato a temi di innovazione, sostenibilità e impegno del Gruppo per la creazione di valore sociale e culturale. Il racconto viene realizzato attraverso il contributo di contenuti video, fotogallery e infografiche che guidano l'utente in una narrazione innovativa, multimediale e coerente ai valori di Sisal.

Strumento indispensabile per raccontare un'azienda in continua evoluzione, il nuovo sito corporate ha contribuito ad ottenere, per il secondo anno consecutivo, il primo posto di Sisal tra le aziende private all'interno della classifica [lundquist.trust](#) che annualmente valuta la comunicazione digitale delle società non quotate.

Nel 2019 la nuova ricerca [Lundquist.future](#), che misura la qualità della comunicazione corporate online attraverso il driver della sostenibilità, ha riconosciuto l'impegno del Gruppo in questo percorso, collocandola nella categoria Bronze.

UNASTORIANATAPERGIOCO.SISAL.COM

È il sito dell'Archivio Storico del Gruppo, che racconta oltre 70 anni di storia attraverso documenti, fotografie, personaggi, luoghi e oggetti che appartengono all'immaginario di tutti gli italiani. Il sito, realizzato in occasione del 70° anniversario dell'azienda, raccoglie i pezzi più significativi della collezione fisica ospitata nell'Archivio Meic ("Memoria, Evoluzione e Identità Condivisa") di Peschiera Borromeo.

GIOCHINUMERICI.INFO

Come concessionario dei Giochi Numerici a Totalizzatore Nazionale, Sisal gestisce inoltre il portale [Giochinumerici.info](#) cui fanno riferimento i siti [Superenalotto.it](#), [VinciCasa.it](#), [Eurojackpot.it](#), [Winforlife.it](#), [Sivincetutto.it](#) e [Playsix.it](#). Il portale offre tutte le informazioni ufficiali su estrazioni, modalità di gioco, canali di vendita e iniziative relative ai diversi brand del portafoglio Lottery.

SISAL.IT

Piattaforma del gruppo per i giochi online, si posiziona come leader nel mercato per numero di utenti e offerta di prodotto, con un portafoglio di oltre 600 giochi online. Primo sito del Gruppo per volumi di traffico, a fianco di marchi storici come Totocalcio, SuperEnalotto e le scommesse Sisal Matchpoint, offre anche giochi esclusivi del canale digitale. Sisal.it propone un'esperienza omnicanale che si completa con una ricca offerta di App e un set di servizi a valore aggiunto all'interno dei punti vendita fisici dove è possibile ricaricare il proprio conto o prelevare le proprie vincite online.

SISALPAY.IT

Portale del brand dei servizi di pagamento del Gruppo, rappresenta una vetrina per i servizi presenti negli oltre 40.000 punti vendita e offre agli utenti uno strumento digitale per la gestione dei pagamenti, online o via App. Disponibile 7 giorni su 7, 24 ore su 24, permette di effettuare ricariche e pagamenti, di monitorare l'andamento delle proprie spese e di archiviare in modo automatico tutte le ricevute. Dal 2018 è possibile inoltre effettuare tutti i pagamenti in favore della Pubblica Amministrazione.

BILL.IT

È il portale dell'innovativo strumento di pagamento digitale sviluppato da SisalPay che mostra a Privati e Business funzionalità e vantaggi. Tramite il sito inoltre viene offerta la possibilità di attivare Bill come metodo di pagamento nel proprio punto vendita.

SISALWINCITY.IT

Rilanciato nel 2018, il nuovo sito propone aggiornamenti costanti sulle iniziative, gli eventi, e l'offerta di prodotti e servizi disponibili nelle sale Wincity. Dal portale è possibile registrarsi agli eventi ospitati dalle singole sale, oltre che visualizzarne i menù settimanali che comprendono un'offerta di piatti "stellati" firmati da chef di fama nazionale.

SISALSMARTPOINT.IT

È la vetrina online del retail brand Sisal Smartpoint, che si caratterizza per un'esperienza nel punto vendita all'avanguardia grazie a tecnologie e ambientazioni innovative e personale altamente qualificato.



I CANALI SOCIAL



FACEBOOK

La pagina istituzionale di Sisal Group su Facebook (<https://www.facebook.com/sisal/>) si inserisce in un network di 7 brand pages di prodotto (SuperEnalotto, Vinci per la vita – Win for Life, Eurojackpot, VinciCasa, Sisal.it, SisalPay, Sisal Matchpoint) che **fino a giugno 2018** hanno aggregato in totale **oltre 1.370.000 fan**, confermandosi la più grande community italiana del mercato del gaming. Il piano editoriale racconta le iniziative di Corporate Social Responsibility, le attività che coinvolgono i dipendenti e gli eventi promossi dal gruppo, oltre a ripercorrere gli anniversari più importanti dei nostri oltre 70 anni di storia. A luglio 2018, in seguito alla pubblicazione in Gazzetta Ufficiale del Decreto Dignità, Facebook ha unilateralmente preso la decisione di oscurare e poi eliminare le pagine dedicate ai brand di gioco e al mother brand.



LINKEDIN

Il profilo LinkedIn di Sisal dà visibilità al management e ai dipendenti, raccontando iniziative che li vedono protagonisti. Il profilo è inoltre il canale preferenziale per raccontare le attività di welfare aziendale e il carattere fortemente innovativo del gruppo, anche in ottica di reclutamento di nuovi talenti. Nel **2018** il profilo del Gruppo ha confermato il proprio primato su LinkedIn tra i brand del settore giochi in Italia per numero di follower (**oltre 35.000**).



TWITTER

Siamo presenti su Twitter con il canale aziendale (@Sisal_Group) e con gli account @SisalMatchpoint, @SuperEnalotto e @SisalPay. Attraverso questo canale, divulghiamo contenuti istituzionali - quali le interviste al Top Management e i riconoscimenti ottenuti dai manager - dialoghiamo con media e "influencer della rete" e raccontiamo in diretta gli eventi del gruppo, come la presentazione del Rapporto di Sostenibilità e i grandi lanci di brand. Il canale Twitter nel **2018** ha raggiunto i **50.929 follower**.



YOUTUBE

- Siamo presenti su YouTube con due canali:
- un canale istituzionale del Gruppo Sisal (www.youtube.com/user/grupposisal), che raccoglie il patrimonio video prodotto dall'azienda nel corso della sua storia;
- un canale dedicato al SuperEnalotto, che propone estrazioni live, tutorial, spot tv, eventi o iniziative di brand.

3 LA RESPONSABILITÀ NEL GIOCO

IL CONSUMATORE DEL DOMANI



Francesco Tamburella

Responsabile ConsumerLab

I Consumatori vogliono maggiore attenzione e chiedono di aggiornare la customer experience equilibrando tre fattori: esigenze reali da rendere interattive, tecnologie a supporto non invasive, vantaggi collaterali al prodotto offerto.

Il mercato riconosce maggior successo a quelle Imprese che hanno un dialogo amichevole e costruttivo con i Consumatori, basato sulla reciproca fiducia e sulla condivisione delle esperienze attraverso un interscambio continuo.

Ogni Impresa dovrebbe facilitare la conoscenza delle informazioni non finanziarie che caratterizzano la propria attività. La comunicazione, improntata nella logica della Sostenibilità, gode di un interesse crescente da parte dei Consumatori e, con i suoi contenuti coinvolgenti, facilita l'interazione, asse portante per la reputazione di ogni attività produttiva.

Il futuro chiede una visione ad ampio raggio, con cui innescare un circuito positivo in cui la Sostenibilità venga posta alla base tanto delle attività produttive quanto delle scelte di consumo, con evidenze misurabili, riposizionando l'uomo al centro per abbattere le disuguaglianze e contrastare la criticità del mercato.

Occorre mettere in luce le Imprese guidate dai valori della Sostenibilità; costruire proposte che sintetizzino le esperienze consumeristiche delle Associazioni di rappresentanza, le competenze di alto profilo del mondo scientifico e l'indipendenza della terzietà; quindi condividere con le Imprese queste proposte per rispondere costruttivamente alle mutate modalità con cui i Consumatori vogliono essere ascoltati, capiti e aiutati, soddisfatti.

La logica di fondo è rispondere al cambiamento della sensibilità dei Consumatori, al loro evoluto modo di avere bisogno, desiderare e sognare, quindi di scegliere.

ConsumerLab (Centro Studi promosso da Markonet.it) ha fatto propri questi obiettivi.

Vuole creare un ponte di scambio utilitario, immediato e continuo, per affermare nel mercato il valore del futuro, nella trasparenza e legalità; basandosi sulle le analisi dei dati proprietari raccolti di continuo, sta valorizzando le migliori pratiche e le governance eccellenti per orientare scelte consapevoli. Un obiettivo complementare a quello delle Associazioni che tutelano i Consumatori dalle criticità e li informano su come prevenirle.

Visto che le Imprese sono in grado di analizzare i modelli di comportamento dei Consumatori, vogliamo che i Consumatori possano a loro volta valutare il comportamento delle Imprese per trarre elementi sempre più determinanti per le loro scelte.

I Bilanci di Sostenibilità con cui le Imprese evidenziano le loro attività non finanziarie rimangono sconosciuti ai Consumatori; solo lo 0,7% li legge, l'82,4% non sa che esistono, il 9,9% ne conosce l'esistenza ma non li legge! ConsumerLab sta lavorando per semplificarli in sintesi divulgative in modo da facilitare la diffusione della cultura della Sostenibilità presso i Consumatori.

CONSAPEVOLEZZA E LEGALITÀ

La tutela dei giocatori è e deve essere l'obiettivo primario delle aziende che operano nel settore del Gioco.

Per questo Sisal si impegna ogni giorno per garantire i necessari livelli di sicurezza e collabora con istituzioni e associazioni di categoria per individuare soluzioni comuni nel contrastare efficacemente l'illegalità e le problematiche sociali legate al gioco, creando così una cooperazione di valore per il territorio e le persone.



LA NOSTRA OFFERTA

LOTTERY



Gioco storico di Sisal, è stato rinnovato nel febbraio 2016 con tre grandi novità: la vincita con punti 2, le vincite immediate da 25€ e un Jackpot ancora più ricco.



L'unico gioco che distribuisce tutto il montepremi in un'unica sera. Nel 2016 si è rinnovato aumentando le possibilità di vincita – si giocano ben 12 numeri per indovinarne solo 6 – introducendo premi più frequenti e un appuntamento settimanale, ogni mercoledì.



Il primo gioco in Italia a mettere in palio una rendita mensile per 20 anni.



Il primo gioco con un premio altamente innovativo: in palio una casa. La vincita massima prevede, oltre alla casa scelta dal vincitore, anche un premio in denaro di 200.000 euro.



Il primo e unico gioco di lotteria in Italia con un montepremi comune in 18 Paesi europei e un Jackpot milionario.

ONLINE GAMING



È la piattaforma del Gruppo che offre, in totale sicurezza e in un ambiente 'consumer friendly', oltre 600 giochi online (Scommesse e Virtual Race, Lotterie e Bingo, Poker e altri giochi di carte, Casinò, Slot e Quick Games) disponibili anche sui dispositivi mobili con applicazioni dedicate.

RETAIL GAMING



Canale innovativo basato sul modello "Eat, Drink and Play" che coniuga gioco, ristorazione e intrattenimento. 25 punti vendita nelle principali città tra cui Milano, Roma, Torino, Brescia, Pescara, Firenze, Catania, Bologna.



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 1.300 corner.



Canale lanciato nel 2014, propone il portafoglio completo dei prodotti Lottery e le AWP (Amusement With Prize), oltre a tutta la gamma dei servizi di pagamento su 876 punti vendita.

LA TUTELA DEL CONSUMATORE

La cura e il rispetto dei consumatori guidano la nostra attività. Il nostro Programma di Gioco Responsabile rappresenta un elemento centrale delle nostre strategie per garantire la tutela dei clienti, in particolare delle fasce più vulnerabili, attraverso iniziative di informazione, prevenzione dei fenomeni di gioco problematico, educazione a comportamenti di gioco responsabile e assistenza per le criticità legate al gioco.

Nel 2010 abbiamo avviato un processo di certificazione attraverso un assessment condotto da un ente terzo che ha verificato l'effettivo impegno di Sisal nella pianificazione, nello sviluppo e nell'implementazione del Programma di Gioco Responsabile conforme a quanto previsto dagli **standard internazionali sul Responsible Gaming**.

Nel 2014 il programma è stato esteso all'intero portafoglio gioco di Sisal e nel 2017 abbiamo conseguito il rinnovo del programma. Inoltre, dal 2011 il Programma di Gioco Responsabile ha avuto due importanti certificazioni da parte dell'associazione European Lotteries e della World Lottery Association.

- **EUROPEAN LOTTERIES (EL)** è un'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)** è un'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.



1. STUDI E RICERCHE

Studi e ricerche è l'area che racchiude tutti gli strumenti indispensabili per analizzare e monitorare la percezione e la sensibilità sulle tematiche del Gioco Responsabile. I risultati di queste indagini, inoltre, sono fondamentali per proporre risposte adeguate al fenomeno del gioco problematico e comprendere approfonditamente come cambiano i modelli di comportamento dei giocatori.

Nel corso degli anni, abbiamo sostenuto importanti progetti e studi sul gioco responsabile, pienamente consapevoli di quanto sia fondamentale conoscere la dimensione e la configurazione del fenomeno, analizzare e monitorare la percezione esterna e la sensibilità su tale tematica per poter studiare soluzioni efficaci e preservare così lo spirito di divertimento del gioco.

Nel 2018 abbiamo svolto un'indagine di **Mystery Inspector**, in collaborazione con Nextest (istituto di ricerca specializzato nella pratica di indagini con modalità Mystery Client), con l'obiettivo di monitorare il rispetto dei Punti di Vendita fisici della rete Sisal agli standard European Lotteries in materia di Gioco Responsabile. L'indagine ha restituito 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. I risultati degli studi e delle ricerche effettuati hanno contribuito ad individuare eventuali aree di rischio e definire le priorità in tema di azioni finalizzate alla prevenzione di comportamenti di gioco in eccesso e alla promozione di comportamenti di gioco equilibrati e moderati.

2. CONSAPEVOLEZZA NELLO SVILUPPO DEI GIOCHI

In conformità agli **European Responsible Gaming Standards** di European Lotteries in tema di Gioco Responsabile, dal 2010 utilizziamo **GAM-GaRD**, uno strumento in grado di elaborare una precisa valutazione del rischio sociale di ciascun nuovo gioco prima della sua eventuale introduzione sul mercato.

GAM-GaRD è uno strumento creato dalla società canadese 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.

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. L'intero portafoglio giochi Sisal, così come ogni nuovo gioco ideato è verificato dalla società canadese attraverso lo strumento applicativo. Quest'analisi ha evidenziato come i prodotti Lottery presentino un **indice di rischiosità basso, medio-basso**.

3. LA FORMAZIONE DEL PERSONALE INTERNO

La sensibilizzazione e la formazione delle persone Sisal rappresentano un punto nodale del Programma di Gioco Responsabile. Il Management e i dipendenti di Sisal vengono costantemente formati con iniziative mirate e differenziate in base alla funzione aziendale.

La formazione viene svolta sia in aula che online, coinvolgendo nella realizzazione del materiale formativo clinici esperti e 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.

Le attività formative poggiano su una piattaforma di **formazione online, OpenCafè**, dove sono caricati tutti i materiali e i corsi necessari a rendere i dipendenti Sisal costantemente aggiornati sulle aree di intervento del Programma di Gioco Responsabile e sull'importanza di sostenere un modello di gioco equilibrato, lontano dagli eccessi, attento alla tutela delle fasce più vulnerabili.

4. LA RETE SISAL INFORMATA SUL GIOCO RESPONSABILE

La formazione è un punto nevralgico non solo internamente a Sisal: anche la nostra rete viene coinvolta nel Programma di Gioco Responsabile perché sia costantemente preparata nella diffusione dei valori di sostenibilità e responsabilità sociale.

La rete ci rappresenta sul territorio, per questo promuoviamo programmi di formazione dedicati a tematiche specifiche relative ai giochi e ai servizi, con particolare riguardo agli aspetti normativi e alla tutela del cliente.

Fin dal 2008 utilizziamo una piattaforma di e-learning, che permette di accedere ai corsi online in modalità di auto-apprendimento in qualsiasi momento (24 ore al giorno, 7 giorni su 7). Attraverso lezioni audio-video, illustrazioni ed esercitazioni, i rivenditori hanno accesso facilmente a contenuti di immediata applicazione pratica. La piattaforma per la formazione a distanza viene monitorata e migliorata costantemente nella grafica e nei contenuti, con l'obiettivo di coinvolgere un maggior numero di punti vendita, rendendo l'esperienza di navigazione sempre più piacevole, semplice e efficace.

5. UNA COMUNICAZIONE COMMERCIALE CORRETTA E SENSIBILE

L'entrata in vigore del Decreto Dignità - D.L. 12 luglio 2018, n. 87 convertito con modificazioni dalla L. 9 agosto 2018, n. 96 - impone agli operatori del settore, il divieto di qualsiasi forma di pubblicità relativa a giochi o scommesse con vincite in denaro.

L'impatto delle nostre campagne di comunicazione sul grande pubblico può essere molto rilevante. Proprio per questo, una comunicazione commerciale che non sia responsabile e corretta non rientra mai nel nostro operato.

Da sempre il processo di approvazione delle nostre campagne di comunicazione è regolamentato a livello di Gruppo attraverso una rigorosa procedura interna di verifica e approvazione di tutti i messaggi pubblicitari, che garantisce il rispetto della regolamentazione in materia di gioco.

In particolare il processo di convalida di ogni nuova campagna di comunicazione prevede due passaggi approvativi: la campagna viene convalidata internamente dai nostri legali ed esternamente dai nostri consulenti per verificare il rispetto della normativa di settore, statale e autodisciplinare, e la conformità ai più elevati standard internazionali di gioco responsabile.

Inoltre, prima della loro diffusione, i messaggi pubblicitari che prevedono una esposizione su diversi media (TV, radio, affissione, internet ecc.), vengono posti al vaglio dell'Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria (IAP) per accertarne la conformità al Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale dello IAP e in particolare all'art. 28 ter (si veda box/paragrafo seguente).

Nel corso del 2018 sono state sottoposte all'esame preventivo del Comitato di Controllo di IAP oltre dieci campagne, ciascuna contenente più messaggi, in base al mezzo di diffusione previsto e tutti i messaggi hanno ottenuto il parere preventivo favorevole dello IAP senza mai ricevere sanzioni o ingiunzioni anche a seguito della diffusione di specifiche campagne pubblicitarie.

I Rapporti di Sostenibilità 2015, 2016 e 2017 hanno ottenuto il riconoscimento "Rapporto di Sostenibilità Ok Codacons" per la corretta e trasparente comunicazione mediante una specifica Lettera al Consumatore.



L'EVOLUZIONE DELLA DISCIPLINA DELLA COMUNICAZIONE

2012

Lo IAP - Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria - adotta una norma specifica per il settore dei giochi (art. 28 ter), fissando dei criteri di correttezza per la comunicazione commerciale, come il divieto di incoraggiare il gioco eccessivo, di rivolgersi ai minori o di suggerire che il gioco possa risolvere problemi finanziari. L'entrata in vigore del Decreto Balduzzi - DL n. 158 del 13 settembre 2012 - impone il divieto di "incitare o esaltare la pratica del gioco". L'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli (ADM) fornisce alcune prime indicazioni sul modo in cui i concessionari devono attuare le disposizioni relative principalmente alle probabilità di vincita e alle formule di avvertimento.

2015

Attraverso l'elaborazione delle "Linee di indirizzo per la comunicazione commerciale dei giochi con vincita in denaro", lo IAP si allinea alle pratiche degli altri Paesi europei e alle indicazioni della Commissione Europea. Sisal, nell'ambito del Sistema Gioco Italia, fornisce un contributo attivo alla nuova disciplina che di traduce in uno specifico articolo avente ad oggetto i messaggi pubblicitari relativi al gioco.

2014

La Commissione Europea introduce una serie di principi che gli Stati Membri sono invitati ad integrare nelle proprie normative in tema di gioco senza porre un divieto assoluto alla pubblicità dei giochi, sostenendo l'autoregolamentazione quale sistema efficace di soft law (Raccomandazione 2014/478/UE).

6. LA SENSIBILIZZAZIONE DEI GIOCATORI

Consideriamo il nostro impegno nei confronti della responsabilità sociale inequivocabilmente correlato alla protezione del giocatore dai problemi di dipendenza da gioco e la tutela dei minori: in quanto azienda leader nel settore dei giochi, è importante per noi di Sisal pianificare e strutturare momenti di informazione ed educazione sull'utilizzo dei suoi prodotti, nella continua promozione di comportamenti di gioco sicuri ed equilibrati.

Uno dei nostri strumenti che è diventato anche un pilastro solido nella costruzione dell'intera modalità di agire è il Decalogo del Giocatore Responsabile che traduce concretamente il modello di gioco responsabile in comportamenti equilibrati e bilanciati di cui ci facciamo bandiera.

DECALOGO DEL 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 familiari, amici, sport e hobby vari
8. Non gioco dopo aver assunto alcool 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

Le attività di sensibilizzazione dei giocatori vengono svolte a diversi livelli per assicurarci che il messaggio venga sempre capillarmente diffuso su tutto il territorio e arrivi al grande pubblico, a tutti i nostri clienti e ai potenziali giocatori attraverso la rete distributiva fisica e i canali digitali.

2017

Il 7 settembre 2017, la **Conferenza Unificata** (Stato, Regioni e Comuni) ha discusso di possibili interventi in materia di "gioco pubblico", tra cui la possibilità di stabilire regole rigorose per la reclamizzazione del gioco, garantendo omogeneità su tutto il territorio nazionale. Il dibattito è legato alla presenza di numerosi leggi e regolamenti regionali, provinciali e comunali. L'obiettivo del confronto è l'emanazione di un decreto ministeriale per riordinare complessivamente la normativa del settore gioco.

2016

La normativa di settore si rafforza con l'entrata in vigore della **Legge di Stabilità** che, oltre a prevedere criteri e limitazioni sul gioco molto simili a quanto previsto dal Codice dello IAP, ha regolamentato la pubblicità di giochi con vincita in denaro e disciplinato altresì il palinsesto e gli orari di programmazione.

2018

L'entrata in vigore del c.d. Decreto Dignità - D.L. 12 luglio 2018, n. 87 convertito con modificazioni dalla L. 9 agosto 2018, n. 96 - impone agli operatori del settore, oltre a nuovi e specifici obblighi in merito alle formule di avvertimento e di tutela dei minori, il divieto di qualsiasi forma di pubblicità relativa a giochi o scommesse con vincite in denaro su qualsiasi mezzo di diffusione esteso, nonché alle sponsorizzazioni di eventi, attività, manifestazioni, programmi, prodotti o servizi e a tutte le altre forme di comunicazione di contenuto promozionale, facendo però salvi i contratti di pubblicità in corso di esecuzione fino alla loro scadenza e comunque non oltre il 14 luglio 2019.

LE INIZIATIVE SUL TERRITORIO

Quello con i consumatori è un rapporto diretto, senza filtri, perché attraverso la nostra rete distributiva fisica vengono a contatto con i nostri principi guida sulla responsabilità sociale: sono proprio i punti vendita che svolgono un ruolo fondamentale per l'informazione e la sensibilizzazione a comportamenti di gioco sicuri ed equilibrati.

La priorità per noi di Sisal è assicurarci di dotare i punti vendita di **tutti gli strumenti di comunicazione** in materia di gioco responsabile, con informazioni fruibili sui **materiali di gioco**, sui **customer display** (lo schermo del terminale rivolto verso i giocatori) e sugli **allestimenti**.

I materiali di gioco presenti nei punti vendita contengono le caratteristiche e le regole di gioco, ma anche le informazioni utili ad approfondire la conoscenza del prodotto, compreso il collegamento ai nostri canali digitali.

Su ogni tipologia di comunicazione, comprese sulle ricevute delle giocate, sono indicati sempre in evidenza il **divieto di gioco ai minori**, l'**avvertimento sui rischi provocati dalla dipendenza** e le **informazioni in merito alle probabilità di vincita**.

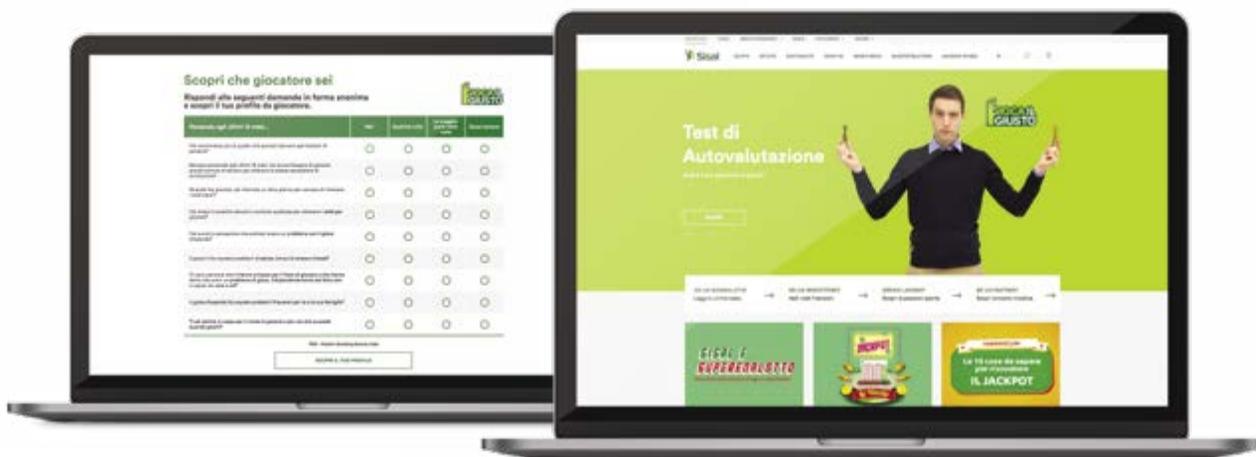
Questi concetti sono riassunti nella frase "Il gioco è vietato ai minori e può causare dipendenza patologica", accompagnata in tutte le occasioni di comunicazione dai loghi obbligatori dell'**Agenzia delle Dogane e dei Monopoli**, del "**Gioco legale e responsabile**", di "**Gioca il Giusto**" e quello relativo al "**+18**".

Sui materiali di gioco Lottery compare, inoltre, una tabella con l'indicazione relativa alle probabilità di vincita delle diverse categorie.

LE INIZIATIVE SUL CANALE DIGITALE

Il modo più efficace per trasferire dei messaggi educativi è trasporli su un piano ludico e ironico: per diffondere i messaggi del Programma di Gioco Responsabile abbiamo quindi realizzato una **web serie** che promuove un approccio consapevole al gioco utilizzando un linguaggio semplice e immediato. Gli episodi si ispirano al "**Decalogo del Giocatore Responsabile**", le 10 norme di comportamento che promuovono un approccio consapevole al gioco.

Mr. Smart, il protagonista dei 10 episodi della serie, vive in prima persona le conseguenze di situazioni dicotomiche che da un lato lo vedono approcciarsi al gioco in modo consapevole ed equilibrato e dall'altro in maniera irresponsabile. Anche l'utente viene coinvolto in prima persona perché è chiamato 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 il giocatore per stimolare una riflessione sul proprio approccio al gioco e ispirare un comportamento responsabile.



Il digitale è uno strumento molto efficace e gli utenti trascorrono sempre più tempo sul web e sui digital device. Riteniamo basilare dedicare, all'interno di tutti i nostri siti, una sezione al gioco responsabile, chiamata "Gioca il Giusto", per divulgare i concetti fondamentali del gioco responsabile e il supporto per un potenziale giocatore problematico:

- il "**Decalogo del Giocatore Responsabile**" e i "**Consigli utili per un Gioco Responsabile**" per sviluppare un approccio consapevole e informato al gioco;
- il **test di autovalutazione "Che giocatore sei?"** sviluppato con il supporto di esperti che permette di verificare il proprio approccio al gioco in tempo reale e raccogliere suggerimenti;
- la pagina con i contatti dei servizi di **supporto al giocatore**, fra cui il numero verde e i contatti al servizio di assistenza.

7. IL GIOCO ON LINE: ATTENZIONE ALLA SICUREZZA DEI DATI E DEI MINORI

Il gaming online ha avuto una crescita notevole nel corso degli ultimi anni: si parla di un dato che supera, nel corso del 2018, il 13% rispetto all'anno precedente. Anche noi offriamo ai nostri giocatori l'opportunità di giocare online attraverso i portali e le applicazioni digitali Sisal, utilizzando tecnologie all'avanguardia che garantiscono modalità di gioco sicure, vietate ai minori, e promuovendo sempre uno stile di gioco responsabile ed equilibrato.

Con l'obiettivo di garantire un gioco sicuro, sviluppiamo strumenti per **fronteggiare l'utilizzo fraudolento di dati personali e carte di credito e prevenire possibili azioni di riciclaggio di denaro**, garantendo un livello molto elevato di sicurezza per i nostri siti web.

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, e un **insieme di strumenti di autolimitazione**, autoesclusione temporanea o permanente del giocatore.

Sicurezza dei dati

Negli anni ci siamo attivati per adottare strumenti tecnologici sempre più all'avanguardia, in modo da difendere i nostri clienti dall'utilizzo fraudolento dei loro dati personali e carte di credito, e prevenire possibili azioni di riciclaggio.

Il nostro sistema di gestione dei conti di gioco online aderisce alle "**Linee Guida per la certificazione dei sistemi di gioco a distanza**" pubblicate dall'ADM, come certificato dall'ente terzo specialistico **NMI Italia BV**, che verifica il rispetto dei principi di trasparenza e correttezza richiesti dalla normativa vigente per lo svolgimento delle operazioni.

Tutela dei minori

La protezione dei minori necessita di elevati livelli di controllo. Una parte del nostro lavoro sulla sicurezza digitale consiste proprio nell'implementazione di tecnologie e strumenti in grado di impedire l'accesso dei minorenni all'offerta di gioco online.

Effettuiamo controlli interni sul nostro processo di registrazione per l'apertura di un conto gioco, oltre a compiere accertamenti che si appoggiano ai sistemi centrali dell'ADM per verificare in tempo reale i dati anagrafici, comprensivi di data di nascita e codice fiscale.

La richiesta di gioco è automaticamente negata a chi non risulti cittadino italiano maggiorenne e in possesso di un codice fiscale valido.

In un secondo step, per completare la registrazione e permetterci di verificare i dati immessi, i nostri sistemi richiedono l'invio della copia di un documento d'identità del soggetto che ha compilato il modulo. In mancanza dell'invio del documento, non è possibile prelevare le somme presenti sul conto che, dopo trenta giorni, viene automaticamente sospeso. Abbiamo anche introdotto nei nostri siti web l'informativa sul "parental control", in modo che i genitori possano impedire ai figli la navigazione sui siti di gioco.

8. ASSISTENZA AL GIOCATORE PROBLEMATICO

Orientamento e sostegno: il nostro impegno è offrire un servizio specializzato per aiutare con competenza chi abbia superato i propri limiti.

Il supporto al giocatore problematico può avvenire attraverso differenti servizi:

- **Il servizio di terapia online totalmente gratuito a cura di FeDerSerD** (Federazione Italiana degli Operatori dei Dipartimenti e dei Servizi delle Dipendenze) che sosteniamo interamente dal 1° gennaio 2019 disponibile al sito **www.gioca-responsabile.it**. Grazie al supporto di terapeuti esperti è possibile intraprendere un percorso di cura concordato in base alle esigenze individuali. Sisal è partner di FeDerSerD nel sostegno alle persone che hanno sviluppato problemi legati agli eccessi di gioco di natura psicologica, relazionale e legale.
- **Numero verde Nazionale** per le problematiche legate al gioco d'azzardo (TVNGA) dell'Istituto Superiore di Sanità: un team di professionisti, nel rispetto dell'anonimato, offre consulenza e orientamento alle persone che hanno sviluppato problemi dovuti agli eccessi di gioco (psicologici, relazionali, legali) e ai familiari e amici coinvolti.

Numero verde Nazionale

800.558.822

da telefono fisso e cellulare

da lunedì al venerdì

dalle ore 10:00 alle ore 16:00

Nuovi strumenti per prevenire i comportamenti di gioco problematico

Abbiamo sviluppato un software collegato al sito Sisal.it con l'obiettivo di **intercettare e prevenire** comportamenti di gioco problematico: un sistema di **identificazione predittiva** è in grado di tracciare e analizzare i movimenti dei giocatori online e metterli in relazione con i dati storici e transazionali di tutta la nostra "**customer base**". In questo modo, si possono individuare fenomeni di irregolarità che rischiano di condurre il cliente a un comportamento problematico.

Quando vengono rilevate anomalie, Sisal interviene istantaneamente su due livelli: **l'utente viene rimosso dalle promozioni commerciali, e si rintraccia il profilo per assicurarsi di moderarne o limitarne l'attività di gioco. Nel 2018 il software ha individuato come potenzialmente a rischio il 2% dei giocatori.**

Questo software rappresenta uno strumento estremamente efficace nel contrasto al gioco problematico: applicandolo sui dati storici, nel 93% dei casi sono stati individuati in anticipo clienti potenzialmente a rischio, che si sono successivamente autosospesi.

Strumenti di questa portata rappresentano un ulteriore passo concreto verso un'offerta di gioco sempre più responsabile.

LA LEGALITÀ NEL GIOCO

PREVENZIONE E CONTRASTO AL GIOCO ILLEGALE

Il gioco illecito, assieme alle dipendenze, è uno dei temi più sensibili legati al gioco: è un fenomeno che lede la sicurezza del cittadino ma anche gli interessi finanziari dello Stato.

Riteniamo che l'impegno per contrastare il gioco illegale sia parte integrante dell'agire responsabile e abbiamo adottato molteplici strategie e politiche volte a tutelare in primis il giocatore. Lavoriamo al fianco delle associazioni di categoria e degli Enti Locali per dare vita a progetti sempre più efficaci nella lotta al gioco illecito, analizzando e monitorando i potenziali rischi per il territorio. In particolare, è attraverso la collaborazione con l'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli, Ente Regolatore del settore, che possiamo garantire la protezione dei clienti, oltre alla sicurezza e alla trasparenza degli strumenti e dell'offerta di gioco.

Il nostro lavoro si concentra principalmente in tre aree di intervento:

INTERVENTI SUL TERRITORIO

Le iniziative sul territorio hanno come obiettivo primario quello di promuovere presso il regolatore norme uniformi e vincolanti per Regioni ed Enti locali.

Le macroaree di attenzione sono due e si focalizzano sulla **ricerca e la tutela**: se da un lato siamo attivi sulla promozione della ricerca sugli **impatti socio-sanitari** delle normative nazionali, regionali e comunali relativi al sistema dei giochi con premio in denaro, dall'altro lavoriamo attivamente sulla **tutela di fasce di popolazione potenzialmente vulnerabili**, attraverso il potenziamento degli strumenti di prevenzione e controllo e l'introduzione di forme di dissuasione e limitazione dell'offerta di gioco.

CONTRASTO AL GIOCO IRREGOLARE E ILLEGALE

Il contrasto al gioco illegale ci vede partner delle istituzioni su tre linee d'azione:

- sviluppo di studi e analisi della cosiddetta "rete parallela" del gioco;
- potenziamento delle attività di educazione al gioco legale e responsabile;
- rigoroso monitoraggio delle procedure antiriciclaggio (che ha il suo paragrafo dedicato nel primo capitolo).

RAFFORZAMENTO DEL CONTROLLO E DEL DIVIETO DI GIOCO AI MINORI

La lotta al gioco illegale passa anche attraverso la formazione: siamo impegnati nella costruzione e la diffusione di una cultura e di una pratica di gioco responsabile, lavoriamo costantemente per garantire il rispetto del **divieto assoluto del gioco minorile**. In particolare, abbiamo inserito all'interno del nostro sito di gioco online una nuova sezione denominata "**aiutare gli altri**", volta a informare i genitori che intendono utilizzare le soluzioni tecnologiche di "**parental control**".

CONTRASTO AL MATCH-FIXING

Il **match-fixing**, ovvero il fenomeno delle partite combinate, rappresenta una scommessa che ci piace vincere per contrastare il gioco illegale. Negli ultimi anni abbiamo portato avanti le attività previste dal progetto “**Anti-match-fixing formula**” di cui la Presidenza del Consiglio-Ufficio Sport è capofila.

In particolare, abbiamo contribuito alla realizzazione del progetto **PRECRIMBET**, finanziato dalla Commissione Europea e finalizzato all’elaborazione di un **libro bianco sulle infiltrazioni criminali nel settore delle scommesse sportive**. Questa iniziativa ha permesso di individuare l’offerta di scommesse da parte di operatori non licenziatari, uno dei principali fattori che alimenta il fenomeno del match-fixing.

Abbiamo supportato, attraverso idonee attività di comunicazione, l’iter di approvazione parlamentare della **Convenzione di Magglingen** che introduce i reati in materia di frode in competizioni sportive, esercizio abusivo di gioco o di scommessa e giochi d’azzardo esercitati a mezzo di apparecchi vietati; l’iter si concluderà nel 2019.

AUTOESCLUSIONE TRASVERSALE ONLINE

Dopo alcuni anni di lavoro, e su spinta propulsiva di Sisal, ad aprile 2018 è stato introdotto nel segmento del gioco online l’innovativo e rilevante strumento della **autoesclusione trasversale** attraverso cui il giocatore, con semplici passaggi, può richiedere al Registro Unico delle Autoesclusioni (**Rua**) l’autoesclusione dal gioco, temporaneamente o permanentemente.

Tale strumento si pone l’obiettivo di garantire un’esperienza di gioco maggiormente consapevole e responsabile rispetto al passato: si tratta infatti di un’evoluzione dell’autoesclusione che, se prima era inerente ad un solo concessionario, viene oggi gestita centralmente dal sistema di SOGEL attraverso il codice fiscale, garantendo quindi una reale esclusione da tutti i siti di gioco legali per tutti i giocatori che ne facciano esplicita richiesta.

4 SERVIZI INNOVATIVI PER IL CITTADINO

LA DIGITALIZZAZIONE DELLA PA AL SERVIZIO DEL CITTADINO



Giuseppe Virgone

Team per la trasformazione Digitale del Governo

L'Italia è agli ultimi posti dell'indice DESI, che fotografa la situazione relativa alla digitalizzazione dei paesi Europei, ma nell'edizione 2019 l'Italia conquista una posizione in classifica (dal 19° al 18° posto) relativamente alla sezione dedicata ai servizi pubblici digitali e sale di ben 8,8 punti (per un totale di 58,7) rispetto alla media europea, che invece cresce di 5 punti (per un totale di 62,9). Se nel DESI 2018 il nostro gap con la media europea era di 8 punti, adesso si è dimezzato a 4,2. Questo vuol dire che il lavoro fatto dal Team per la Trasformazione Digitale, che ha tentato di valorizzare le piattaforme abilitanti del Paese, comincia a portare i suoi frutti. Dobbiamo ovviamente ancora crescere, e molto, ma i governi in Italia cominciano a operare considerando la digitalizzazione come una priorità e cercando di dare continuità alle politiche sul digitale, e il Team Digitale ne è una chiara dimostrazione.

Nell'ambito dei servizi pubblici, la sfida principale è far sì che lo Stato raggiunga direttamente il cittadino con i propri servizi, non viceversa. Sviluppo digitale vuol dire riuscire a erogare servizi completamente online, innovativi, facili da utilizzare, che vadano incontro alle esigenze e alle abitudini del cittadino. In questo la tecnologia offre la grande opportunità di raggiungere le persone in ogni momento, direttamente sul proprio smartphone, in modo efficace, intuitivo e personalizzato.

Le aziende che forniscono soluzioni digitali oggi hanno la grande opportunità di far crescere i propri servizi in modo esponenziale, grazie alle integrazioni e alle personalizzazioni permesse dalla tecnologia, anche nel settore dei servizi pubblici. L'altra faccia della medaglia è che la gestione di servizi innovativi richiede grande attenzione e responsabilità, nella gestione di aspetti cruciali come la sicurezza dei dati, la tutela della privacy, l'accessibilità.

Proprio in virtù di una presenza capillare sul territorio, le aziende come Sisal hanno una enorme esperienza nei diversi contesti e nel modo dei cittadini di fruire dei servizi. Questa esperienza è un patrimonio che in qualche modo implica una grande responsabilità nel processo di digitalizzazione del Paese: essere i primi ad accompagnare le persone nella scelta

e nell'utilizzo sempre maggiore di servizi digitali. Un compito difficile, che può essere portato a termine con soluzioni digitali efficaci, intuitive, semplici da utilizzare, basate sui reali bisogni delle persone. Questa è la giusta ricetta per la trasformazione digitale.

SISALPAY

Innovare per crescere è un valore molto sentito in Sisal. La digitalizzazione è fonte d'ispirazione per la diversificazione dell'offerta e la sostenibilità del business. Il nostro spirito imprenditoriale trova in questa evoluzione nuovi stimoli per offrire nuove soluzioni.

La Digital Transformation ci ha coinvolto sin da subito nei servizi di pagamento, così da creare nel tempo soluzioni innovative nei servizi alla cittadinanza.



L'OFFERTA DISTINTIVA

SisalPay è il brand commerciale dedicato ai servizi di pagamento e rappresenta un elemento strategico dell'offerta, costituendo oltre la metà del giro d'affari dell'intero Gruppo.

Siamo parte della vita degli italiani semplificando le piccole incombenze quotidiane; abbiamo accettato la sfida della Digital Transformation proprio per rispondere concretamente alle esigenze dei cittadini.

Dal 2011, in qualità di prestatore di servizi di pagamento, autorizzato da Banca d'Italia ad operare come Istituto di Pagamento, Sisal si pone come punto di contatto privilegiato fra cittadini, imprese e pubbliche amministrazioni, proponendo la gestione dei pagamenti quotidiani con una modalità affidabile, sicura e certificata.

Oggi l'offerta SisalPay conta oltre 500 servizi di pagamento, grazie alla partnership con oltre 100 aziende tra le principali società del mercato italiano ed internazionale, i maggiori operatori del mondo bancario e dei circuiti di pagamento e, non da ultimo, la Pubblica Amministrazione.

La totalità dei servizi offerti è suddivisibile in diverse macroaree per un volume d'affari complessivo nel 2018 di oltre 10 miliardi di euro:

- **Servizi di pagamento:** utilities, bollettini, pagamenti verso la PA (bollo auto, rate e mense scolastiche, pagamento cartelle esattoriali, assicurazione Inail) credito al consumo, biglietteria ferroviaria e su gomma;
- **Carte di Pagamento:** servizi di ricarica di carte di credito prepagate;
- **Ricariche:** telefonia prepagata, carte telefoniche internazionali e Pay TV.

Il modello "ibrido-digitale" di SisalPay coniuga l'esperienza di consumo online con la praticità e l'accessibilità di una rete capillarmente distribuita sul territorio, rappresentando un valore aggiunto per tutti i consumatori, che oggi possono effettuare i piccoli pagamenti quotidiani in ogni momento della giornata, sotto casa in uno dei tanti punti SisalPay, comodamente da casa su sisalpay.it e in movimento grazie alla nuova app SisalPay.

Il connubio tra la tecnologia digitale e la fisicità dei punti vendita, si conferma il più adatto per il contesto italiano e rappresenta da un lato un'innovazione dei modelli di consumo, dall'altro un'importante opportunità per imprese e Pubblica Amministrazione per accorciare la distanza con cittadini e consumatori.



OLTRE
40.000*
PUNTI
VENDITA



CIRCA
200 MLN
DI TRANSAZIONI
GESTITE ALL'ANNO



CIRCA
500
SERVIZI DI
PAGAMENTO



PIÙ DI
100
PARTNER

*Punti vendita abilitati SisalPay

SICUREZZA, AFFIDABILITÀ E TRASPARENZA

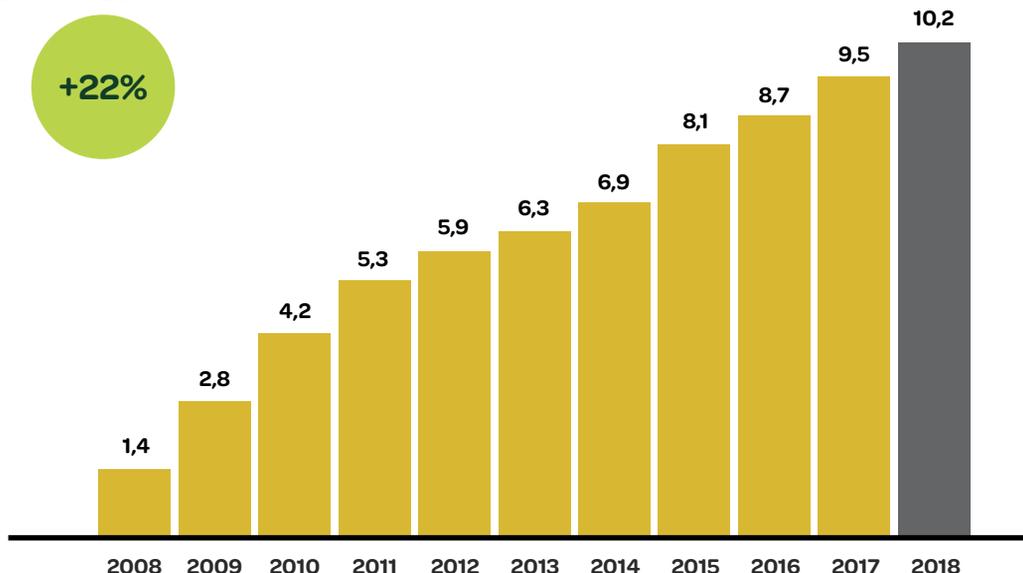
Siamo un Istituto di Pagamento autorizzato e vigilato dalla Banca d'Italia: per questo garantiamo ai nostri consumatori la massima sicurezza, attraverso un sistema di pagamento affidabile e trasparente. Disponiamo di una rete tecnologicamente avanzata e certificata, che rispetta pienamente gli standard internazionali a salvaguardia degli utenti.

SisalPay rappresenta oggi un modello di successo, il cui volume d'affari è pari al 54% dell'intero fatturato del Gruppo Sisal.

VOLUME D'AFFARI DI SISALPAY

(Mld € 2008 - 2018)

CRESCITA MEDIA ANNUA



RETE DI PROSSIMITÀ

Attraverso la presenza capillare sul territorio, abbiamo sviluppato una rete di prossimità per i servizi di pagamento che è ormai entrata nelle abitudini di consumo degli Italiani, e si distingue dai canali tradizionali per flessibilità, comodità e sicurezza.

Mettiamo a disposizione del Sistema Paese un'infrastruttura tecnologicamente evoluta di oltre **40.000 punti vendita** fra bar, tabacchi e edicole, distribuiti su tutto il territorio nazionale e dotati di tecnologia contactless/NFC, che garantisce la tracciabilità e la trasparenza delle transazioni oltre all'abbattimento dei costi dell'operatività legata al contante; e oltre **10.300 punti vendita "Service Only"** dedicati ai servizi di pagamento, dotati di un terminale innovativo e di ridotto ingombro, dal design e dalla tecnologia made in Italy.

Grazie al costante rinnovamento delle infrastrutture tecniche e della dotazione hardware facciamo costantemente evolvere la nostra rete: nel 2018, grazie a investimenti di oltre 20 milioni di euro, abbiamo implementato nuove tecnologie e servizi evoluti, capaci di rispondere sempre meglio alle esigenze dei cittadini.

Il prossimo traguardo è legato alla digitalizzazione del retail: se con l'e-commerce i punti vendita sono andati online, con il **Net Retail** l'online diventa protagonista negli store. L'e-commerce ha cambiato abitudini e mentalità di milioni di consumatori e cittadini, che si aspettano ormai di vivere un'esperienza di consumo omnichannel, dove rete fisica e online si integrano. La nostra conoscenza del consumatore, la capillarità della nostra rete fisica, i nostri nuovi asset digitali e gli importanti investimenti in tecnologia che stiamo realizzando, ci pongono come attore privilegiato per cogliere con successo anche questa sfida.

PROMUOVERE LA CULTURA DIGITALE

SisalPay si allinea alla trasformazione digitale, accompagnando la progressiva trasformazione delle abitudini dei consumatori, con un'offerta ampliata che punta a rispondere alle necessità emergenti.

Questa strategia consente a SisalPay di differenziarsi dagli altri operatori del canale generando valore per i clienti retail, di fidelizzare i clienti SisalPay, di allargare la customer base intercettando utenti già digitalizzati e di conoscere maggiormente la propria customer base e profilarela per attività di marketing relazionale.

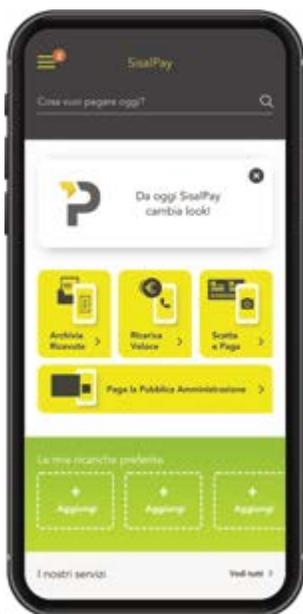
LA NUOVA APP SISALPAY

A completamento del portale sisalpay.it mettiamo a disposizione dei nostri clienti la nuova app, in grado di rispondere alle crescenti esigenze dei consumatori per una maggiore integrazione tra canale Retail e Online. L'app è uno strumento facile e gratuito, rappresenta un ecosistema di servizi digitali che completa l'offerta online grazie a soluzioni studiate ad hoc per i clienti Retail.

Le principali funzioni della nuova app si articolano in 3 sezioni:

- **Archivia ricevute:** permette di digitalizzare le ricevute dei pagamenti effettuati nei punti vendita SisalPay archiviandole per 10 anni;
- **Ricarica veloce:** permette di effettuare ricariche direttamente dall'app, tramite QR code, di completare l'operazione più rapidamente nei punti vendita e di salvare le ricariche più frequenti;
- **Scatta e paga:** consente di pagare le proprie bollette, ma anche multe, tributi e bollo auto, nel tempo di uno scatto, inquadrando semplicemente il bollettino con la fotocamera del dispositivo.

Sono servizi che semplificano la gestione dei pagamenti dei consumatori e al contempo facilitano le operazioni dei Retailer. Questa soluzione rappresenta l'inizio del nostro percorso di digitalizzazione con l'obiettivo di ampliare l'offerta sull'app e migliorare quindi anche l'esperienza omnichannel.



Per favorire la digitalizzazione abbiamo avviato parallelamente una serie di partnership con Università, incubatori e programmi di accelerazione.



Magic Wand, il programma acceleratore per startup Fintech e Insurtech lanciato dall'incubatore di imprese italiane "Digital Magics", per intercettare le startup più promettenti nell'ottica di sviluppare opportunità di cooperazione e valutare nuove possibilità di investimento



Talent Garden per favorire e promuovere strategie di open innovation



Politecnico di Milano e Università Bocconi per promuovere nuovi studi e ricerche in ambito servizi di pagamento

BILL: LA RIVOLUZIONE DIGITALE

In un contesto italiano come quello attuale in cui si registra un trend in crescita per l'uso delle carte di pagamento (4,2 mld di transazioni nel 2018, + 16% rispetto il 2017*), e un'esplosione dei pagamenti tramite mobile (15,6 mln di transazioni, +520% rispetto il 2017*), grazie ad una delle più ampie reti di accettazione di moneta elettronica a livello Paese, SisalPay ha raggiunto nel 2018 un volume di transazioni di pagamento tramite moneta elettronica pari al 25% del totale, con oltre 9,3 milioni di transazioni cashless per un giro d'affari di circa 1,1 mld di euro.

Una crescita a doppia cifra anno dopo anno: un contributo significativo allo sviluppo del Paese e alla realizzazione dell'Agenda Digitale. Coerentemente con tale percorso, iniziato nel 2014, abbiamo ulteriormente favorito lo sviluppo dei pagamenti digitali, lanciando **Bill, il nuovo sistema di pagamenti digitali che punta a diventare il "portafoglio" virtuale degli italiani.**

Sicuro, comodo e veloce, con Bill è possibile:

- Pagare direttamente dal cellulare qualsiasi tipo di prodotto presso tutti gli esercizi convenzionati
- Inviare denaro – peer to peer – ai propri contatti in tutta semplicità
- Effettuare una ricarica telefonica direttamente dall'app, nel tempo di pochi tap

Bill è completamente gratuito per i consumatori e offre un modello tariffario per l'esercente estremamente semplice e a costi più convenienti dei tradizionali strumenti cashless presenti sul mercato.

Con l'obiettivo di continuare ad accompagnare gli italiani verso nuove esperienze di pagamento innovative, da sempre SisalPay propone un modello che coniuga in modo efficace il digitale con il fisico. Tale caratteristica si conferma con Bill, la prima piattaforma di digital payment attraverso la quale è possibile ricaricare il proprio wallet anche in contanti presso gli esercenti SisalPay, rappresentando il primo modello di proximity banking digitale in Italia.

Bill è la nuova App di pagamento che rientra in un percorso di evoluzione digitale dell'azienda, a supporto della crescente esigenza di pagare in modo smart e sicuro. Si tratta di un tassello cruciale di una strategia che garantirà nel tempo lo sviluppo di nuove soluzioni, funzioni e servizi a valore aggiunto, per guidare il futuro digitale del mercato, al servizio dei clienti e degli esercenti.

*Osservatorio Mobile Payment & Commerce, Politecnico, 2019



L'IMPEGNO DI SISALPAY PER LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

Nel corso degli anni il Gruppo Sisal ha più volte dunque dimostrato di saper cogliere le sfide derivanti dall'evoluzione digitale del Paese, rispondendo concretamente ai bisogni dei consumatori. Innovando e adattandosi al cambiamento, è riuscita a proporre modelli e servizi orientati alla collettività ormai culturalmente accolti ed accettati da milioni di consumatori.

Partendo dalla consapevolezza che il comparto dei pagamenti rappresenta l'anello di congiunzione tra cittadino e Istituzioni, il Gruppo Sisal ha scelto di essere al fianco della Pubblica Amministrazione, come partner di innovazione tecnologica all'interno del progetto di digitalizzazione della Pubblica Amministrazione, gestito in Italia dall'AgID, l'Agenzia per l'Italia Digitale.

Siamo stati infatti tra i primi operatori ad avere aderito al progetto PagoPA promosso dall'AgID, attivando già nel dicembre 2016 i pagamenti elettronici verso Regioni, Comuni e Pubbliche Amministrazioni su oltre 40.000 Punti SisalPay. Questo accordo permette ai cittadini di pagare, in modo agevole e sicuro, tributi, multe, ticket sanitari, bolli auto, rette scolastiche e qualsiasi altro versamento rivolto alla Pubblica Amministrazione.

Abbiamo così dato vita al più diffuso e capillare canale di pagamento fisico verso le istituzioni pubbliche, dando un concreto contributo al percorso di semplificazione del rapporto tra cittadini e amministrazione.

Nel Settembre 2017, inoltre, Sisal Group ha partecipato al bando di gara indetto da ACI Informatica per l'individuazione di PSP interessati alla fornitura del servizio di incasso alle Delegazioni ACI presenti sul territorio nazionale. Ad oggi Sisal Group effettua il servizio di incasso del Bollo Auto e degli Avvisi PagoPA per oltre 1000 tra Automobile Club Provinciali e Delegazioni ACI (circa l'87% del totale Rete ACI).



NOTA METODOLOGICA

L'impegno di Sisal¹ nella rendicontazione delle tematiche di Corporate Social Responsibility si rinnova anche quest'anno con la pubblicazione della **decima edizione del Bilancio di Sostenibilità**, il più importante strumento per comunicare a tutti gli stakeholder le tante attività di responsabilità sociale, ambientale ed economica nelle quali il Gruppo Sisal è costantemente coinvolto.

Il Bilancio di Sostenibilità 2018 è stato redatto in accordo con i **GRI Standards: opzione core**.

La redazione del Bilancio di Sostenibilità avviene con **frequenza annuale**.

Tutti i dati, le iniziative e i progetti si riferiscono al periodo compreso tra il **01/01/2018** e il **31/12/2018** e fanno riferimento alle società consolidate integralmente all'interno del **Bilancio Consolidato di Gruppo** (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.), fatto salvo quanto diversamente indicato di seguito o nel testo. I dati economici presentati nel Bilancio di Sostenibilità sono in linea con quelli presentati nel Bilancio Consolidato del Gruppo.

I contenuti del Bilancio di Sostenibilità sono stati definiti in base alle risultanze dell'**analisi di materialità** condotta conformemente a quanto previsto dalle linee guida GRI Standards. La metodologia adottata e le attività realizzate sono riportate all'interno dello specifico paragrafo **"Stakeholder engagement e analisi di materialità"**. Il Bilancio di Sostenibilità, oltre al principio di materialità, considera anche altri principi di rendicontazione indicati dalle linee guida GRI Standards, e in particolare:

- **Inclusività degli stakeholder, contesto di sostenibilità e completezza.**

Il Bilancio di Sostenibilità descrive l'approccio allo stakeholder engagement e considera le risultanze delle attività sviluppate annualmente. I contenuti del Bilancio di Sostenibilità si concentrano sui temi materiali offrendo una rappresentazione completa del contesto di sostenibilità in cui opera il Gruppo.

- **Equilibrio, comparabilità, accuratezza, tempestività, chiarezza e affidabilità.**

Il Bilancio di Sostenibilità offre una visione delle performance sia positive sia negative, garantendo equilibrio nella rappresentazione dei contenuti che sono espressi attraverso un linguaggio il più possibile chiaro e comprensibile. Al fine di garantire affidabilità, accuratezza e tempestività dei contenuti, 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. Per garantire la comparabilità nel tempo degli indicatori ritenuti più significativi, ove possibile, si riportano a titolo di confronto gli stessi dati relativi ai precedenti due periodi di rendicontazione, al fine di dare maggiore dettaglio ed evidenziare i principali trend e cambiamenti intervenuti.

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 ad eccezione del dato sulle ore di formazione e del turnover per il quale abbiamo utilizzato un diverso metodo di calcolo.

I contenuti del Bilancio di Sostenibilità vengono infine integrati, nel corso dell'anno, con informazioni aggiuntive pubblicate nella sezione Sostenibilità del sito www.sisal.com ove sono disponibili inoltre tutte le precedenti edizioni del documento.

Il Bilancio di Sostenibilità è sottoposto a revisione limitata da parte della società indipendente PwC. La relazione di revisione che descrive il dettaglio dei principi adottati, le attività svolte e le relative conclusioni è riportata in Appendice. Infine, il presente documento è stato approvato dal Consiglio di Amministrazione di Sisal Group S.p.A. in data 10 Settembre 2019.

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.

GRI CONTENT INDEX FOR "IN ACCORDANCE" - CORE OPTION

GENERAL STANDARD DISCLOSURES		
1. PROFILO ORGANIZZATIVO		
GRI Standard	Disclosures	Pagina
GRI 102: Informative Generali	102-1 Nome dell'organizzazione	Il profilo Sisal (p. 19)
	102-2 Attività, marchi, prodotti e servizi	La nostra offerta (p. 61) L'offerta distintiva (p. 73-77)
	102-3 Ubicazione sede generale	Contatti (p. 91)
	102-4 Paesi di operatività	La Società opera solo in Italia
	102-5 Assetto proprietario	Il profilo Sisal (p. 20)
	102-6 Mercati serviti	Il profilo Sisal (p. 19) I mercati di riferimento (p. 27-28)
	102-7 Dimensione dell'organizzazione	Highlight (p. 8) Il profilo Sisal (p. 19-20) I principali risultati economici (p. 29-30) I nostri numeri (p. 41-44) Il network Sisal (p. 46-47)
	102-8 Informazioni sui dipendenti e altri lavoratori	I nostri numeri (p. 41-44)
	102-9 Catena di fornitura	La catena di fornitura (p. 48)
	102-10 Cambiamenti significativi relativi all'organizzazione e alla sua catena di fornitura	Il profilo Sisal (p. 19-20) I principali risultati economici (p. 29 -30)
	102-11 Applicazione dell'approccio prudenziale	Il sistema di controllo interno e gestione dei rischi (p. 22)
	102-12 Iniziative esterne	Le certificazioni (p. 23-25)
	102-13 Adesione ad associazioni	Le principali Associazioni con cui la Società si relaziona nell'ambito di specifiche attività, sono: <ul style="list-style-type: none"> • EL (European Lotteries); • WLA (World Lottery Association); • SGI (Sistema Gioco Italia); • IAP (Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria); • AIIP (Associazione Italiana Istituti di Pagamento).

2. STRATEGIA E ANALISI		
GRI 102: Informative Generali	102-14 Dichiarazione della più alta autorità del processo decisionale	Lettera agli stakeholder (p. 4-5)
3. ETICA E INTEGRITÀ		
GRI 102: Informative Generali	102-14 Principi, valori e norme di condotta	La nostra identità (p. 9)
4. GOVERNANCE		
GRI 102: Informative Generali	102-18 Struttura di governance	Il profilo Sisal (p. 20)
5. STAKEHOLDER ENGAGEMENT		
GRI 102: Informative Generali	102-40 Lista degli stakeholder	La materialità e l'engagement (p. 11)
	102-41 Accordi di contrattazione collettiva	Tutti i dipendenti sono coperti da accordi sindacali
	102-42 Processo di identificazione e selezione degli stakeholder	La materialità e l'engagement (p. 10-12)
	102-43 Approccio allo stakeholder engagement	La materialità e l'engagement (p. 10-12)
	102-44 Temi chiave emersi dall'engagement	La materialità e l'engagement (p. 10-12)
6. PRATICHE DI REPORTING		
GRI 102: General Disclosures	102-45 Entità incluse nel bilancio consolidato	Nota metodologica (p. 78)
	102-46 Processo per la definizione dei contenuti del bilancio e del perimetro dei temi	La materialità e l'engagement (p. 10-12) Nota metodologica (p. 78)
	102-47 Lista degli aspetti materiali	La materialità e l'engagement (p. 10)
	102-48 Rettifiche di informazioni	Nota metodologica (p. 78)
	102-49 Cambiamenti nel reporting	Nota metodologica (p. 78)
	102-50 Periodo di reporting	Nota metodologica (p. 78)
	102-51 Data dell'ultimo report pubblicato	Nota metodologica (p. 78)
	102-52 Frequenza del reporting	Nota metodologica (p. 78)
	102-53 Contatti per domande riguardanti il bilancio	Contatti (p. 91)
	102-54 Scelta dell'opzione "in accordance" con i GRI Standards	Nota metodologica (p. 78)
	102-55 GRI Content Index	GRI Content Index (79-88)
	102-56 Assurance esterna	Nota metodologica (p. 78)

ALTRI ASPETTI MATERIALI – NON GRI

GIOCO RESPONSABILE

Indicatori di performance	Pagina
Tipologia di iniziative per la diffusione della conoscenza in merito ai problemi causati dal gioco attivate nell'anno	La tutela del consumatore (p. 63)
Modalità di diffusione e frequenza delle comunicazioni in merito al programma di gioco responsabile adottato dalla Società	La tutela del consumatore (p. 63)
Tipologia di materiale informativo distribuito presso i punti vendita	La tutela del consumatore (p. 66)
Numero di nuovi giochi per cui è stata effettuata una valutazione di rischio sul totale di nuovi giochi prodotti dalla Società	La tutela del consumatore (p. 63)
Numero di nuovi giochi che hanno ottenuto la certificazione Game Gard sul totale nuovi giochi prodotti dalla Società	La tutela del consumatore (p. 63)
Tipologia di informazioni presenti sulle piattaforme di gioco on-line	La tutela del consumatore (p. 66)
Tipologia di meccanismi previsti per il contenimento dei rischi connessi al gioco	La tutela del consumatore (p. 65-68)
Codici di condotta/Standard adottati dalla Società a regolamentazione della comunicazione/pubblicità sui giochi	La tutela del consumatore (p. 64-65)
Numero e tipologia di Istituzioni/Organizzazioni per l'assistenza/gestione delle patologie connesse al gioco con cui la Società collabora	La tutela del consumatore (p. 67-68)
Tipologia di servizi offerti per il contenimento delle patologie connesse al gioco	La tutela del consumatore (p. 67-68)
Modalità di accesso dei giocatori ai servizi forniti dalle Istituzioni/Organizzazioni con cui la Società collabora per l'assistenza/gestione delle patologie connesse al gioco	La tutela del consumatore (p. 67-68)
Modalità di comunicazione al personale dei punti vendita dei servizi offerti dalla Società per l'assistenza/gestione delle patologie connesse al gioco	La tutela del consumatore (p. 67-68)
Tipologia di informazioni sul gioco responsabile veicolate dalla Società	La tutela del consumatore (p. 66)
Modalità di diffusione delle informazioni sul gioco responsabile	La tutela del consumatore (p. 66)
Certificazioni su responsible gaming ottenute dalla Società	Le certificazioni (p. 23)

INNOVAZIONE	
Indicatori di performance	Pagina
Tipologia di nuovi giochi/servizi sviluppati nell'anno	Rete di prossimità (p. 75-76)
LOTTA ALLE FRODI	
Attività di monitoraggio specifica effettuata nell'anno per la prevenzione della commissione di frodi	La legalità nel gioco (p. 68-69)
CENTRALITÀ DELLA RETE	
Numero e tipologia di punti vendita	Il network Sisal (p. 46-47)
Criteri di selezione utilizzati per la scelta del punto vendita	Il network Sisal (p. 47)
Numero e tipologia di attività informative e formative rivolte ai punti vendita	Il network Sisal (p. 47)
Attività di monitoraggio del punto vendita	Il network Sisal (p. 47)

SPECIFIC STANDARD DISCLOSURE – ALTRI ASPETTI RILEVANTI

GRI Standard	Disclosures	Pagina	Omissioni
ECONOMIA			
PERFORMANCE ECONOMICHE			
GRI 103: Approccio Gestionale	103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro	Il business responsabile (p.26)	
	103-2 L'approccio gestionale e le sue componenti	Il business responsabile (p.26)	
	103-3 Valutazione dell'approccio gestionale	Il business responsabile (p.26)	
GRI 201: Performance Economica	201-1 Valore economico diretto generato e distribuito	Il valore creato e distribuito (p.31-32)	
	201-4 Contributi finanziari ricevuti dal Governo	Il valore creato e distribuito (p.32)	
ANTI-CORRUZIONE			
GRI 103: Approccio Gestionale	103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro	Le certificazioni (p. 23-25)	
	103-2 L'approccio gestionale e le sue componenti	Le certificazioni (p. 23-25)	
	103-3 Valutazione dell'approccio gestionale	Le certificazioni (p. 23-25)	
GRI 205: Anti-corruzione	205-2 Attività di comunicazione e formazione sulle politiche e procedure anticorruzione	Le certificazioni (p. 24-25)	
COMPORAMENTI ANTI CONCORRENZIALI			
GRI 103: Approccio Gestionale	103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro	Il business responsabile (p.26)	
	103-2 L'approccio gestionale e le sue componenti	Il business responsabile (p.26)	
	103-3 Valutazione dell'approccio gestionale	Il business responsabile (p.26)	
GRI 206: Comportamento Anti- concorrenziale	206-1 Attività di comunicazione e formazione sulle politiche e procedure anticorruzione	<i>Il Gruppo non è incorso in azioni legali, riferite a concorrenza sleale, antitrust e pratiche monopolistiche nel 2018</i>	

AMBIENTE			
MATERIE PRIME			
GRI 103: Approccio Gestionale	103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro	Le certificazioni (p. 25) L'impatto ambientale (p. 53)	
	103-2 L'approccio gestionale e le sue componenti	Le certificazioni (p.25) L'impatto ambientale (p. 53)	
	103-3 Valutazione dell'approccio gestionale	Le certificazioni (p. 25) L'impatto ambientale (p. 53)	
GRI 301: Materie prime	301-1 Materie prime utilizzate per peso o volume	L'impatto ambientale (p.53-54)	
ENERGIA			
GRI 103: Approccio Gestionale	103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro	Le certificazioni (p. 25) L'impatto ambientale (p. 53)	
	103-2 L'approccio gestionale e le sue componenti	Le certificazioni (p. 25) L'impatto ambientale (p. 53)	
	103-3 Valutazione dell'approccio gestionale	Le certificazioni (p. 25) L'impatto ambientale (p. 53)	
GRI 302: Energia	302-1 Consumo di energia all'interno dell'organizzazione	L'impatto ambientale (p.53-54)	
ACQUA			
GRI 103: Approccio Gestionale	103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro	Le certificazioni (p. 25) L'impatto ambientale (p. 53)	
	103-2 L'approccio gestionale e le sue componenti	Le certificazioni (p. 25) L'impatto ambientale (p. 53)	
	103-3 Valutazione dell'approccio gestionale	Le certificazioni (p. 25) L'impatto ambientale (p. 53)	
GRI 303: Acqua	303-1 Prelievo totale di acqua per fonte	L'impatto ambientale (p. 55)	<i>Informazioni non disponibili: suddivisione dei prelievi idrici per fonte</i>

EMISSIONI

GRI 103: Approccio Gestionale	103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro	Le certificazioni (p. 25) L'impatto ambientale (p. 53)	
	103-2 L'approccio gestionale e le sue componenti	Le certificazioni (p. 25) L'impatto ambientale (p. 53)	
	103-3 Valutazione dell'approccio gestionale	Le certificazioni (p. 25) L'impatto ambientale (p. 53)	
GRI 305: Emissioni	305-5 Riduzione delle emissioni dirette di gas ad effetto serra	L'impatto ambientale (p. 55)	

SCARICHI E RIFIUTI

GRI 103: Approccio Gestionale	103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro	Le certificazioni (p. 25) L'impatto ambientale (p. 53)	
	103-2 L'approccio gestionale e le sue componenti	Le certificazioni (p. 25) L'impatto ambientale (p. 53)	
	103-3 Valutazione dell'approccio gestionale	Le certificazioni (p. 25) L'impatto ambientale (p. 53)	
GRI 306: Scarichi e rifiuti	306-2 Rifiuti per tipologia e per metodi di smaltimento	L'impatto ambientale (p. 55)	<p><i>Informazioni non disponibili:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • peso totale dei rifiuti pericolosi prodotti; • suddivisione dei rifiuti pericolosi e non pericolosi per metodo di smaltimento.

CONFORMITÀ AMBIENTALE

GRI 103: Approccio Gestionale	103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro	Le certificazioni (p. 25) L'impatto ambientale (p. 53)	
	103-2 L'approccio gestionale e le sue componenti	Le certificazioni (p. 25) L'impatto ambientale (p. 53)	
	103-3 Valutazione dell'approccio gestionale	Le certificazioni (p. 25) L'impatto ambientale (p. 53)	
GRI 307: Conformità ambientale	307-1 Inosservanza delle leggi e dei regolamenti ambientali	Nel 2018 non sono state rilevate inosservanze di leggi e regolamenti ambientali	

SOCIALE			
OCCUPAZIONE			
GRI 103: Approccio Gestionale	103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro	Gli interlocutori interni ed esterni (p. 36) Le nostre persone (p. 37)	
	103-2 L'approccio gestionale e le sue componenti	Gli interlocutori interni ed esterni (p. 36) Le nostre persone (p. 37)	
	103-3 Valutazione dell'approccio gestionale	Gli interlocutori interni ed esterni (p. 36) Le nostre persone (p. 37)	
GRI 401: Occupazione	401-1 Nuove assunzioni e turnover del personale	I nostri numeri (p. 43)	
SALUTE E SICUREZZA DEI LAVORATORI			
GRI 103: Approccio Gestionale	103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro	Le certificazioni (p.24) Gli interlocutori Interni ed esterni (p. 36)	
	103-2 L'approccio gestionale e le sue componenti	Le certificazioni (p.24) Gli interlocutori Interni ed esterni (p. 36)	
	103-3 Valutazione dell'approccio gestionale	Le certificazioni (p.24) Gli interlocutori Interni ed esterni (p. 36)	
GRI 403: Salute e sicurezza	403-2 Tipologia e tasso d'infortuni sul lavoro, di malattie professionali, di giornate di lavoro perse, tasso di assenteismo e numero totale di decessi	Le nostre persone (p. 45)	<i>Informazioni non disponibili:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Frequenza del tasso di infortuni (injury rate) e di malattie professionali (occupational disease rate); • Incidenza dei giorni persi (lost day rate); • Tasso di assenteismo (absentee rate); • Numero di fatalità; • Numero di infortuni suddivisi per genere.
	403-4 Accordi formali con i sindacati relativi alla salute e alla sicurezza	Le nostre persone (p. 45)	
EDUCAZIONE E FORMAZIONE			
GRI 103: Approccio Gestionale	103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro	Gli interlocutori interni ed esterni (p. 36) Le nostre persone (p. 37)	
	103-2 L'approccio gestionale e le sue componenti	Gli interlocutori interni ed esterni (p. 36) Le nostre persone (p. 37)	
	103-3 Valutazione dell'approccio gestionale	Gli interlocutori interni ed esterni (p. 36) Le nostre persone (p. 37)	

GRI 404: Educazione e formazione	404-1 Ore medie di formazione annue per dipendente	Le nostre persone (p. 44)	
	404-2 Programmi per la gestione delle competenze e per promuovere una formazione/aggiornamento progressivo	Le nostre persone (p. 39-40)	
	404-3 Percentuale di dipendenti che ricevono regolarmente valutazioni delle performance e dello sviluppo della propria carriera	100% del personale	

DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ

GRI 103: Approccio Gestionale	103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro	Gli interlocutori interni ed esterni (p. 36) Le nostre persone (p. 37)	
	103-2 L'approccio gestionale e le sue componenti	Gli interlocutori interni ed esterni (p. 36) Le nostre persone (p. 37)	
	103-3 Valutazione dell'approccio gestionale	Gli interlocutori interni ed esterni (p. 36) Le nostre persone (p. 37)	
GRI 405: Diversità e pari opportunità	405-1 Indicatori di diversità negli organi di governo e dei dipendenti	Il profilo Sisal (p. 20) I nostri numeri (p. 41-42)	

COMUNITÀ LOCALI

GRI 103: Approccio Gestionale	103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro	Gli interlocutori interni ed esterni (p. 36) La comunità (p. 49)	
	103-2 L'approccio gestionale e le sue componenti	Gli interlocutori interni ed esterni (p. 36) La comunità (p. 49)	
	103-3 Valutazione dell'approccio gestionale	Gli interlocutori interni ed esterni (p. 36) La comunità (p. 49)	
GRI 413: Comunità locali	413-1 Operazioni svolte con il coinvolgimento della comunità locale, valutazioni d'impatto e programmi di sviluppo	La comunità (p. 50-52)	<i>Informazioni non disponibili: percentuale di attività per le quali sono stati implementate azioni di coinvolgimento</i>

PRIVACY DEI CONSUMATORI			
GRI 103: Approccio Gestionale	103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro	Le certificazioni (p.24)	
	103-2 L'approccio gestionale e le sue componenti	Le certificazioni (p.24)	
	103-3 Valutazione dell'approccio gestionale	Le certificazioni (p.24)	
GRI 418: Privacy	418-1 Reclami riconosciuti relativi a violazioni della privacy e perdite dei dati dei clienti	Il Gruppo non ha subito nel 2018 sanzioni per perdite dati dei clienti	
COMPLIANCE			
GRI 103: Approccio Gestionale	103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro	Il business responsabile (p.26)	
	103-2 L'approccio gestionale e le sue componenti	Il business responsabile (p.26)	
	103-3 Valutazione dell'approccio gestionale	Il business responsabile (p.26)	
GRI 419: Compliance	419-1 Inosservanza delle leggi e dei regolamenti socio-economici	Il Gruppo non ha subito nel 2018 sanzioni per inosservanza di leggi e regolamenti socio-economici	

RELAZIONE DI REVISIONE LIMITATA SUL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ



SISAL GROUP SPA

**RELAZIONE DI REVISIONE LIMITATA SUL BILANCIO DI
SOSTENIBILITÀ DEL GRUPPO SISAL AL 31 DICEMBRE 2018**



Relazione di revisione limitata sul Bilancio di Sostenibilità

Al Consiglio di Amministrazione di Sisal Group S.p.A.

Abbiamo svolto un esame limitato (*"limited assurance engagement"*) del Bilancio di Sostenibilità (di seguito il "Bilancio") di Sisal Group S.p.A. e sue controllate (di seguito il "Gruppo") per l'esercizio chiuso al 31 dicembre 2018.

Responsabilità degli Amministratori per il Bilancio di Sostenibilità

Gli Amministratori sono responsabili per la redazione del Bilancio in conformità ai *Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards* (di seguito "GRI Standards") definiti nel 2016 dal *GRI – Global Reporting Initiative*, indicati nel paragrafo "Nota metodologica" del Bilancio, e per quella parte del controllo interno che essi ritengono necessaria al fine di consentire la redazione di un bilancio di sostenibilità che non contenga errori significativi, anche dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali. Gli Amministratori sono altresì responsabili per la definizione degli obiettivi del Gruppo in relazione alla performance di sostenibilità e alla rendicontazione dei risultati conseguiti, nonché per l'identificazione degli stakeholder e degli aspetti significativi da rendicontare.

La nostra responsabilità

È nostra la responsabilità della redazione della presente relazione sulla base delle procedure svolte. Il nostro lavoro è stato svolto secondo i criteri indicati nel principio *"International Standard on Assurance Engagements 3000 - Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information - Revised"* (*"ISAE 3000"*), emanato dall'*International Auditing and Assurance Standards Board* per gli incarichi che consistono in un esame limitato. Tale principio richiede il rispetto dei principi etici applicabili, compresi quelli in materia di indipendenza, nonché la pianificazione e lo svolgimento del nostro lavoro al fine di acquisire una sicurezza limitata che il Bilancio non contenga errori significativi. Tali procedure hanno compreso colloqui, prevalentemente con il personale della società responsabile per la predisposizione delle informazioni presentate nel Bilancio, analisi di documenti, ricalcoli ed altre procedure volte all'acquisizione di evidenze ritenute utili.

Siamo indipendenti in conformità ai principi in materia di etica e di indipendenza del *Code of Ethics for Professional Accountants* emesso dall'*International Ethics Standards Board for Accountants*, basato sui principi fondamentali di integrità, obiettività, competenza e diligenza professionale, riservatezza e comportamento professionale. La nostra società applica l'*International Standard on Quality Control 1 (ISQC Italia 1)* e, di conseguenza, mantiene un sistema di controllo qualità che include direttive e procedure documentate sulla conformità ai principi etici, ai principi professionali e alle disposizioni di legge e dei regolamenti applicabili.

PricewaterhouseCoopers Advisory SpA

Sede legale: Milano 20149 Via Monte Rosa 91 Tel. 02667201 Fax 0266720501 Cap. Soc. Euro 7.700.000,00 I.v. - C.F. e P.IVA e iscrizione al Reg. Imp. Milano n° 03230150967 - Altri Uffici: Bari 70122 Via Abate Gamma 72 Tel. 0805640311 Fax 0805640349 - Bologna 40126 Via Angelo Finelli 8 Tel. 0516186211 - Brescia 25123 Borgo Pietro Wuhrer 23 Tel. 0303697501 - Cagliari 09125 Viale Diaz 29 Tel. 0706848774 - Firenze 50121 Viale Gramsci 15 Tel. 0552482811 Fax 0552482899 - Genova 16121 Piazza Piccopietra 9 Tel. 01029041 - Napoli 80121 Via del Mille 16 Tel. 08136181 - Padova 35138 Via Vicenza 4 Tel. 049873431 Fax 0498734300 - Rubano 35030 Via Belle Pute 36 - Palermo 00141 Via Marchese Ugo 60 Tel. 0916256313 Fax 0917820221 | 90139 Via Roma 457 Tel. 0916752111 - Parma 43121 Viale Tanara 20/A Tel. 0521275921 Fax 0521 781844 - Roma 00154 Largo Fochetti 28 Tel. 06570831 Fax 06570832336 - Torino 10122 Corso Palestro 10 Tel. 0115773211 Fax 0115773299 - Trento 38121 Viale della Costituzione 33 Tel. 0461237004 Fax 0461239077 - Treviso 31100 Viale Felissent 90 Tel. 0422315711 Fax 0422315798 - Trieste 34125 Via Cesare Battisti 18 Tel. 0403480781 Fax 040364737 - Verona 37135 Via Francia 21/C Tel. 0458263001

Società soggetta all'attività di direzione e coordinamento della PricewaterhouseCoopers Italia Srl
www.pwc.com/it



Le procedure svolte hanno riguardato il rispetto dei principi per la definizione del contenuto e della qualità del Bilancio, nei quali si articolano i "GRI Standards", e sono riepilogate di seguito:

- comparazione tra i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario riportati nel capitolo "Il profilo di Sisal" del Bilancio e i dati e le informazioni inclusi nel Bilancio Consolidato del Gruppo al 31 dicembre 2018, sul quale PricewaterhouseCoopers S.p.A. ha emesso la relazione ai sensi dell'art. 14 del D.Lgs 27 gennaio 2010, n° 39, in data 26 aprile 2019;
- analisi, tramite interviste, del sistema di governo e del processo di gestione dei temi connessi allo sviluppo sostenibile inerenti la strategia e l'operatività del Gruppo;
- analisi del processo di definizione degli aspetti significativi rendicontati nel Bilancio, con riferimento alle modalità di identificazione in termini di loro priorità per le diverse categorie di stakeholder e alla validazione interna delle risultanze del processo;
- analisi delle modalità di funzionamento dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione dei dati quantitativi inclusi nel Bilancio. In particolare, abbiamo svolto:
 - interviste e discussioni con il personale di Sisal S.p.A., Sisal Group S.p.A. e Sisal Entertainment S.p.A. al fine di raccogliere informazioni circa il sistema informativo, contabile e di reporting in essere per la predisposizione del Bilancio, nonché circa i processi e le procedure che supportano la raccolta, l'aggregazione, l'elaborazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni alla funzione responsabile della predisposizione del Bilancio;
 - analisi a campione della documentazione di supporto alla predisposizione del Bilancio, al fine di ottenere evidenza dei processi in atto, della loro adeguatezza per il corretto trattamento dei dati e delle informazioni in relazione agli obiettivi descritti nel Bilancio;
- analisi della conformità e della coerenza interna delle informazioni qualitative riportate nel Bilancio, rispetto alle linee guida identificate nel paragrafo "Responsabilità degli Amministratori per il Bilancio di Sostenibilità" della presente relazione;
- analisi del processo di coinvolgimento degli stakeholder, con riferimento alle modalità utilizzate, mediante l'analisi dei verbali riassuntivi o dell'eventuale altra documentazione esistente circa gli aspetti salienti emersi dal confronto con gli stessi;
- ottenimento della lettera di attestazione, sottoscritta dal legale rappresentante di Sisal Group S.p.A., sulla conformità del Bilancio alle linee guida indicate nel paragrafo "Responsabilità degli Amministratori per il Bilancio di Sostenibilità", nonché sull'attendibilità e completezza delle informazioni e dei dati in esso contenuti.

Il nostro esame ha comportato un'estensione di lavoro inferiore a quello da svolgere per un esame completo secondo l'ISAE 3000 ("*reasonable assurance engagement*") e, conseguentemente, non ci consente di avere la sicurezza di essere venuti a conoscenza di tutti i fatti e le circostanze significativi che potrebbero essere identificati con lo svolgimento di tale esame.



Conclusion

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che il Bilancio di Sostenibilità del Gruppo Sisal al 31 dicembre 2018 non sia stato redatto, in tutti gli aspetti significativi, in conformità ai GRI-Sustainability Reporting Standards definiti nel 2016, come descritto nel paragrafo "Nota metodologica" del Bilancio.

Altri aspetti

Con riferimento all'esercizio precedente chiuso al 31 dicembre 2017, i dati e le informazioni riportate a fini comparativi all'interno del Bilancio di Sostenibilità non sono state sottoposte a revisione.

PricewaterhouseCoopers Advisory S.p.A.


Giuseppe Garzillo
(Partner)

Milano, 13 settembre 2019

CONTATTI

Sede legale
SISAL S.P.A.
Via Alessio di Tocqueville, 13
20154 Milano, Italia
Tel. +39 02.8868534

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

Per informazioni relative al presente documento:

infoCSR@sisal.it

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

www.sisal.com

