

Sisal Rapporto Sociale



2011

Sisal Rapporto Sociale 2011



Michelangelo Pistoletto
Stracci d'Italia
2007

L'Italia al centro della storia e dell'azione di Sisal è il leitmotiv che ha ispirato la scelta dell'identità visiva del Rapporto Sociale Sisal 2011.

L'Italia al centro della nostra azione

Il bianco, il rosso e il verde che identificano l'Italia sono anche i colori del brand di Sisal e vengono qui declinati attraverso il linguaggio dell'arte contemporanea in un anno, il 2011, in cui i 65 anni di attività di Sisal hanno coinciso con le celebrazioni per i 150 Anni dell'Unità d'Italia.

I n d i c e

- 6 L'Italia al centro della nostra storia e della nostra azione
Emilio Petrone
- 8 Nota metodologica

1

Il Gruppo Sisal

- 13 Il Gruppo Sisal e gli Italiani
- 14 Le Società del Gruppo
- 17 La struttura del Gruppo
- 20 Vision, Mission e Valori
- 21 Il mercato dei giochi in Italia
- 25 Il mercato dei servizi di pagamento

2

La sostenibilità come modello di Governance

- 31 I principi della Corporate Governance di Sisal
- 31 Il Consiglio di Amministrazione
- 32 Gli Organi di Governo
- 33 Il Codice di Autodisciplina
- 34 Il Sistema di Controllo interno e la gestione rischi
- 35 Il Risk Management
- 36 Il Modello Organizzativo
ex D.Lgs. 231/01
- 37 Il Codice Etico e di Comportamento
- 40 La Qualità
- 40 La CSR Governance di Sisal

3

La sostenibilità e il Gioco Responsabile

- 45 La sostenibilità sociale in Sisal e il focus sul tema del Gioco Responsabile
- 47 Il Programma di Gioco Responsabile
- 49 Le aree di intervento del Programma di Gioco Responsabile
- 59 La Comunicazione Responsabile

4

La sostenibilità sociale: la relazione con gli Stakeholder

- 65 Il modello di Stakeholder Engagement
- 66 L'Ente Regolatore e le Istituzioni
- 70 Gli Azionisti
- 71 Le Banche e la Comunità finanziaria
- 73 Le Risorse Umane
- 80 La Rete Sisal
- 86 I Consumatori Sisal
- 91 I Business Partner
- 94 Le Associazioni
- 97 L'Ambiente

5

La sostenibilità sociale: la Comunità

- 103 Il Programma di Responsabilità Sociale di Sisal
- 104 Sisal Junior Stars
- 110 Sisal Academy
- 112 Sisal per lo Sport
- 114 Sisal per le Arti
- 117 Sisal per la Ricerca
- 119 Sisal e le iniziative di cittadinanza attiva
- 120 Il Piano di Responsabilità Sociale 2012

6

La sostenibilità economica

- 125 Sostenibilità come creazione di valore duraturo
- 126 Il contributo di Sisal alla fiscalità generale
- 127 La produzione e la distribuzione della ricchezza generata

L'Italia al centro della nostra storia e della nostra azione

S

isal da 65 anni è protagonista della vita economica dell'Italia e ne ha accompagnato la crescita seguendo i cambiamenti socio-culturali e le abitudini degli Italiani dal dopoguerra a oggi.

In parallelo con le tappe più significative dell'evoluzione del Paese, dal 1945 al 2011 Sisal ha saputo costruire la propria evoluzione di Azienda. Nell'epoca della Ricostruzione post bellica, Sisal inventò la "Schedina Sisal", divenuta poi Totocalcio, che ha rappresentato uno dei motori della crescita dell'Italia sportiva. "Giocare alla Sisal" è così diventato un modo di dire, l'espressione di una consuetudine collettiva e il segno di un divertimento positivo. Negli anni, Sisal ha colto la trasformazione dei bisogni degli Italiani e ha lanciato sul mercato Totip, Tris e SuperEnalotto, fino ad arrivare, nell'epoca globale di internet, all'offerta di giochi online. In parallelo al forte sviluppo dei Social Network in Italia, l'Azienda ha inoltre ampliato la propria proposta di giochi a distanza. Negli ultimi anni Sisal ha creato Vinci per la vita – Win for Life, SiVinceTutto SuperEnalotto e Sisal Wincity, prodotti che hanno ottenuto un grande consenso fra gli Italiani. Infine, per completare la sua offerta, Sisal ha sviluppato anche il settore dei servizi di pagamento.

Sisal è quindi sempre riuscita a realizzare brand di grande successo popolare. L'impegno di tutti i suoi Dipendenti e Collaboratori e il processo adottato dall'Azienda basato su innovazione, ricerca e sviluppo hanno portato il Gruppo a essere leader nel mercato di riferimento e a raggiungere importanti risultati non solo economici: nell'arco degli ultimi quattro anni Sisal ha creato oltre 500 nuovi posti di lavoro e nel triennio 2008-2010 ha contribuito al Sistema Paese con 5,6 miliardi di euro di entrate erariali.

In questo percorso di crescita Sisal, che opera per conto dello Stato come Concessionario ed è da sempre partner delle Istituzioni, ha deciso di assumere un

forte impegno di Responsabilità Sociale: un obiettivo che è proprio delle aziende che perseguono l'eccellenza. E lo ha fatto attraverso un programma che ha il proprio focus sulla comunità e sui giovani, per contribuire alla loro speranza nel futuro. Alcuni esempi: Sisal ha sostenuto progetti dedicati all'Arte e alla Cultura – anche grazie alla partnership con il Piccolo Teatro di Milano – Teatro d'Europa che ha reso possibile l'apertura di un nuovo spazio pubblico cittadino, il Chiostro di via Rovello, che crea socializzazione costruttiva soprattutto fra i pubblici più giovani –, progetti indirizzati a bambini e giovani in difficoltà, attraverso le partnership con Save the Children e Make-a-Wish, oltre a iniziative focalizzate sullo sport giovanile e sulla formazione di giovani talenti.

È obiettivo di Sisal diventare un'Azienda leader nella Sostenibilità entro il 2016. L'impegno etico di Sisal si è tradotto anche in un programma di Gioco Responsabile in accordo con le linee guida dei Monopoli di Stato e con le best practice e gli standard internazionali. Inoltre, in un'ottica di Stakeholder Engagement, il Gruppo Sisal ha fortemente intensificato il dialogo con i propri Stakeholder e ha costruito un sistema di reporting, ossia un sistema di rilevazione e misurazione, che permette di "rendere conto" dell'attività svolta ma anche, per i soggetti interni all'Azienda, di "rendersi conto" del proprio agire attraverso una quantificazione consapevole.

Sono obiettivi e programmi sfidanti che testimoniano del nostro impegno nel dare risposte concrete e, al tempo stesso, aprire nuove prospettive nella creazione di un valore davvero sostenibile.

Emilio Petrone

Amministratore Delegato Sisal S.p.A.



Nota metodologica

Il Rapporto Sociale di Sisal, giunto alla sua terza edizione, rappresenta per il Gruppo il principale strumento di rendicontazione e di comunicazione della gestione responsabile d'impresa e della responsabilità sociale. Questo documento informa tutti gli Stakeholder dell'attività di Corporate Social Responsibility e illustra con assoluta trasparenza non solo le attività già svolte ma anche le future linee di sviluppo. Costituisce, quindi, per Sisal, per le sue Società collegate e tutti i suoi portatori di interesse un documento pubblico di consultazione, di monitoraggio, nonché di programmazione per il miglioramento della performance sociale.

Il Rapporto Sociale 2011 si declina lungo una linea di continuità rispetto alle edizioni precedenti, pur presentando le seguenti novità:

- >> Focus sul concetto di sostenibilità, ossia sulla consapevolezza consolidata a ogni snodo dell'Azienda di un'azione improntata a obiettivi economici, sociali e di sviluppo sostenibili a livello nazionale e internazionale. Ciò significa sostenibilità come modello di governance, nella relazione con i propri Stakeholder e per quanto riguarda gli aspetti economico-finanziari. Inoltre, viene rivolta una particolare attenzione al Gioco Responsabile: l'aspetto più sensibile e l'elemento chiave della strategia di CSR di Sisal.
- >> Maggiore rilevanza data alla rendicontazione di elementi quantitativi e qualitativi secondo gli indicatori internazionali del Global Reporting Initiative (GRI). Attraverso una serie di incontri periodici della CSR Unit, tenuti dal luglio al dicembre 2011, sono stati individuati gli indicatori, si è proceduto alla loro rilevazione ed è stata definita la procedura di rendicontazione, formalizzata nel documento "Reporting Responsible Gaming e GRI", strutturato secondo il formato proprio del sistema documentale Sisal relativo alla Certificazione ISO 9001:2008.
- >> Maggiore attenzione alla relazione dell'Azienda con i propri portatori di interesse attraverso lo sviluppo di una più ampia mappatura degli Stakeholder. A ciò si aggiunge l'adozione di una metodologia di Stakeholder Engagement specifica di Sisal.
- >> Presentazione degli impegni presi da Sisal nel 2010, le attività realizzate nel 2011 e gli obiettivi dell'Azienda per il 2012.

Il processo di rendicontazione adottato per la stesura di questo Rapporto ha inteso coinvolgere trasversalmente tutte le funzioni aziendali. Per l'individuazione e la definizione dei contenuti si è anzitutto tenuto conto delle tematiche più urgenti e sensibili del settore del gioco, nonché delle indicazioni strategiche del CSR Leadership Team.

Il perimetro di riferimento del Rapporto Sociale coincide con quanto incluso nel Bilancio Consolidato; i dati si riferiscono all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2011. Sono inoltre riportate le informazioni significative relative ad accadimenti successivi alla chiusura del Bilancio quale, ad esempio, il conseguimento della certificazione per il Responsible Gaming ricevuta dalla World Lottery Association nel febbraio 2012, che va ad aggiungersi alla certificazione della European Lotteries ottenuta da Sisal nel 2011 e confermata nel febbraio 2012.

Nel perimetro di consolidamento economico entrano le seguenti Società: Sisal Holding Istituto di Pagamento S.p.A., Sisal S.p.A., Sisal Match Point S.p.A., Sisal Slot S.p.A., Sisal Bingo S.p.A. Il Bilancio Consolidato al 31 dicembre 2011 è stato redatto in conformità agli International Financial Reporting Standards.

Con la dicitura "Sisal" si fa riferimento al Gruppo Sisal Holding Istituto di Pagamento S.p.A., mentre le Società del Gruppo vengono indicate con la loro denominazione sociale.

I dati contenuti nel Rapporto Sociale sono utili elementi gestionali e provengono da fonti sia interne al Gruppo Sisal sia accessibili al pubblico (informazioni comunicate da AAMS e da organismi internazionali, ricerche indipendenti, etc.).

Il Rapporto Sociale 2011 si articola in sei sezioni:

1. Il Gruppo Sisal
2. La sostenibilità come modello di Governance
3. La sostenibilità e il Gioco Responsabile
4. La sostenibilità sociale: la relazione con gli Stakeholder
5. La sostenibilità sociale: la Comunità
6. La sostenibilità economica

Il Rapporto Sociale 2011 di Sisal è consultabile anche nella sezione Corporate Social Responsibility del sito www.sisal.com.



Margherita Levo Rosenberg

Tricolore Triangolare

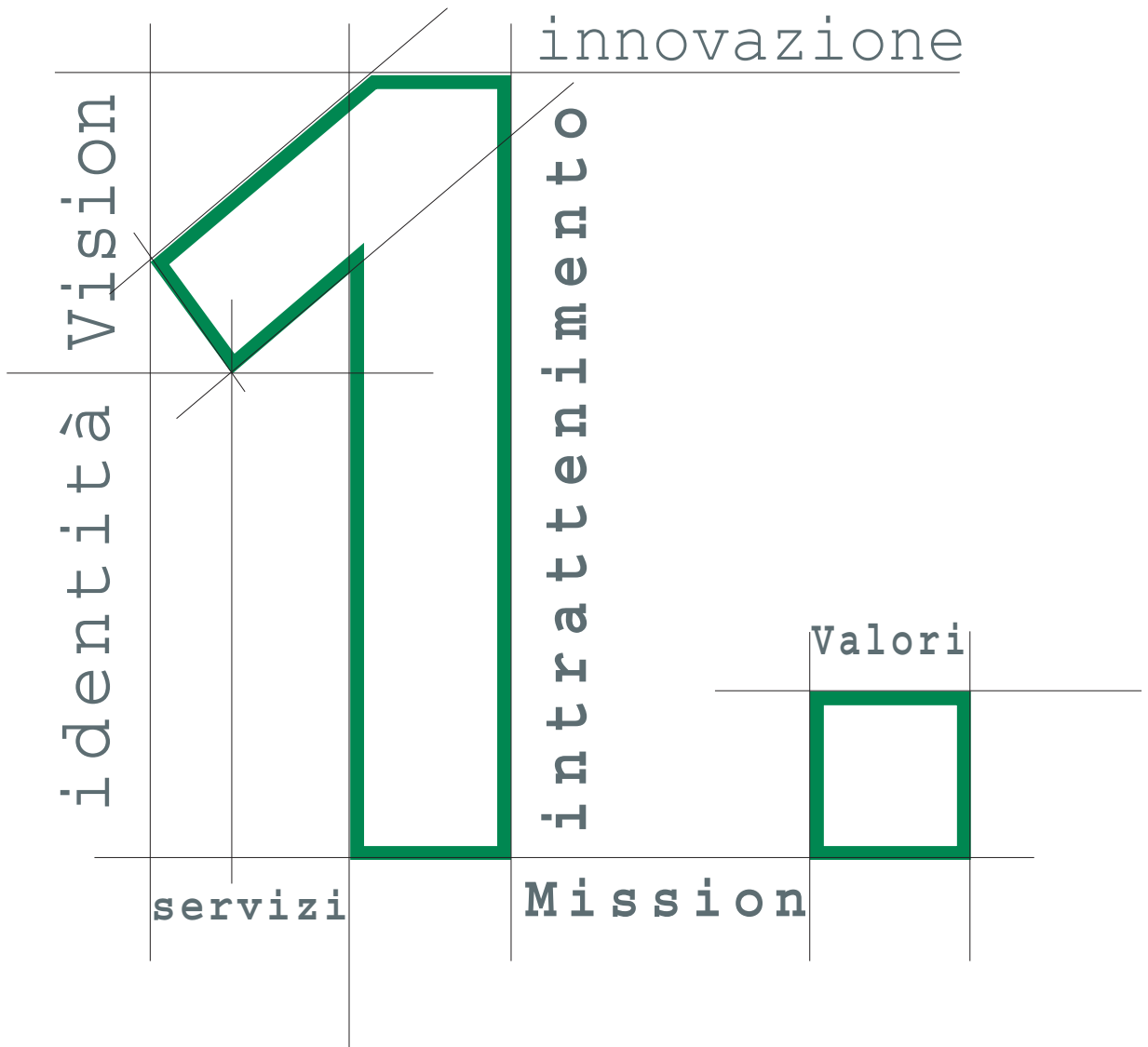
2011

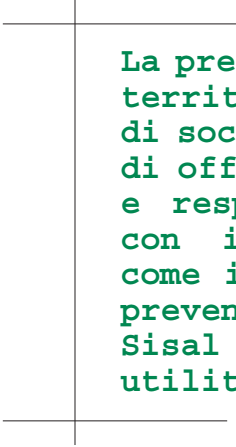
pellicole radiografiche

serigrafia del reticolore

1. IL GRUPPO SISAL

1. IL GRUPPO SISAL





La presenza capillare di Sisal su tutto il territorio italiano rappresenta una rete di socializzazione e consente all'Azienda di offrire esperienze di gioco innovative e responsabili, realizzate in sinergia con il Regolatore su temi sensibili come il divieto di gioco ai minori e la prevenzione al gioco in eccesso. La Rete Sisal offre inoltre servizi di pubblica utilità trasparenti, sicuri ed efficienti.

Il Gruppo Sisal e gli Italiani

Sisal è una delle realtà storiche italiane che ha contribuito a sviluppare e innovare il mercato dei giochi legali offrendo agli oltre 20 milioni di Consumatori nuovi servizi e modalità di intrattenimento, con elevati livelli di competenza, tecnologia, trasparenza e sicurezza, in pieno accordo con gli standard stabiliti dal Regolatore.

Sisal nasce nel 1946 ed è stata la prima Azienda italiana a operare nel settore del gioco come Concessionario dello Stato. Oggi è un grande Gruppo italiano, Partner delle Istituzioni, che opera nei settori del gioco e dei servizi di pagamento. Si caratterizza per innovazione e responsabilità, nonché per il grande impegno su temi sensibili come la comunicazione commerciale e il divieto di gioco ai minori.

I grandi risultati raggiunti dall'Azienda, che nel 2011 ha superato gli incrementi degli anni precedenti con un giro d'affari di oltre 13 miliardi di euro, e il consenso presso i Consumatori, che ha fatto della pagina Facebook del SuperEnalotto la più grande community di lotterie al mondo, sono stati resi possibili da un approccio fondato su:

Leadership nell'Innovazione: dall'invenzione di Totocalcio e Totip nei lontani anni '40 a SuperEnalotto, fino ai nuovi SiVinceTutto SuperEnalotto, Vinci per la vita - Win for Life, le sale Wincity e il lancio di Eurojackpot nel 2012. Sisal ha da sempre guidato l'innovazione del mercato dei giochi ideando nuovi prodotti che rispondono ai gusti e ai desideri dei Consumatori. Essere leader nell'innovazione responsabile significa agire da "incubatore di idee": per questo l'Azienda ha dedicato a innovazione, ricerca e sviluppo una Direzione specifica (Direzione Business and Product Innovation) in grado di attrarre giovani talenti e promuoverne la creatività attraverso l'istituzione di processi interni di sviluppo.

Fiducia: i Consumatori si fidano di Sisal grazie a una relazione costruita in 65 anni di storia dell'Azienda, una storia improntata sui valori di fiducia, competenza, correttezza e trasparenza, caratteristiche che fanno di Sisal un'Azienda non solo affidabile – requisito imprescindibile per operare in un mercato sensibile come quello dei giochi – ma anche un punto di riferimento fondamentale per il Gioco Sicuro e Responsabile.

Attenzione al Consumatore: Sisal ha a cuore le esigenze dei suoi Stakeholder-Consumatori, ne sa interpretare i gusti e i desideri e risponde prontamente alle trasformazioni sociali. Sisal ha interpretato il cambiamento delle abitudini e dei consumi del Paese anche sviluppando una Rete di punti vendita vicina agli Italiani e ai loro bisogni. Questa presenza capillare sul territorio consente a Sisal di realizzare esperienze di gioco, intrattenimento e servizi di pagamento in modo responsabile e sostenibile nel tempo.

Dal 2009 Sisal ha avviato un Programma di Responsabilità Sociale per la tutela dei Giocatori e il sostegno alla Comunità, rafforzando il proprio legame con il territorio. L'impegno di Sisal verso il Consumatore si declina in particolare sulle seguenti aree:

- >> Divieto assoluto di gioco ai minori
- >> Politica commerciale sostenibile, orientata alla promozione di un gioco consapevole, lontano dagli eccessi e focalizzato sul divertimento
- >> Prevenzione delle forme di gioco in eccesso e assistenza ai Giocatori problematici
- >> Certificazioni della European Lotteries e della World Lottery Association

Impegno per la Comunità: l'attenzione dell'Azienda nei confronti della Comunità va oltre il semplice dialogo e si concretizza in azioni a favore di soggetti sociali. Dal 2009 Sisal supporta progetti a favore della Comunità incentrati sui temi della formazione e del sostegno ai giovani, della ricerca scientifica, della cultura, dell'arte e dello sport. Inoltre l'Azienda intende rafforzare il proprio impegno di responsabilità avviando un processo di Stakeholder Engagement al fine di condividere priorità e progetti d'intervento.

A supporto della sua costante attenzione verso la Comunità, Sisal ha avviato un dialogo attivo con numerose Associazioni di Consumatori, con i maggiori operatori stranieri del settore e con le Associazioni internazionali di riferimento. Sisal è membro della European Lotteries e della World Lottery Association.

L'impegno a soddisfare e tutelare la Comunità e i Consumatori è al centro della strategia del Gruppo Sisal.

Le Società del Gruppo

Sisal Holding Istituto di Pagamento (SHIP) S.p.A. Holding del Gruppo Sisal con funzioni di direzione e coordinamento delle Società che ne fanno parte, offre oltre 300 servizi di pagamento con 70 Partner, sia privati che pubblici, essendo autorizzata da Banca d'Italia a operare come Istituto di Pagamento. Ha sede legale a Milano, in via di Tocqueville 13. È controllata al 100% da Gaming Invest Srl.

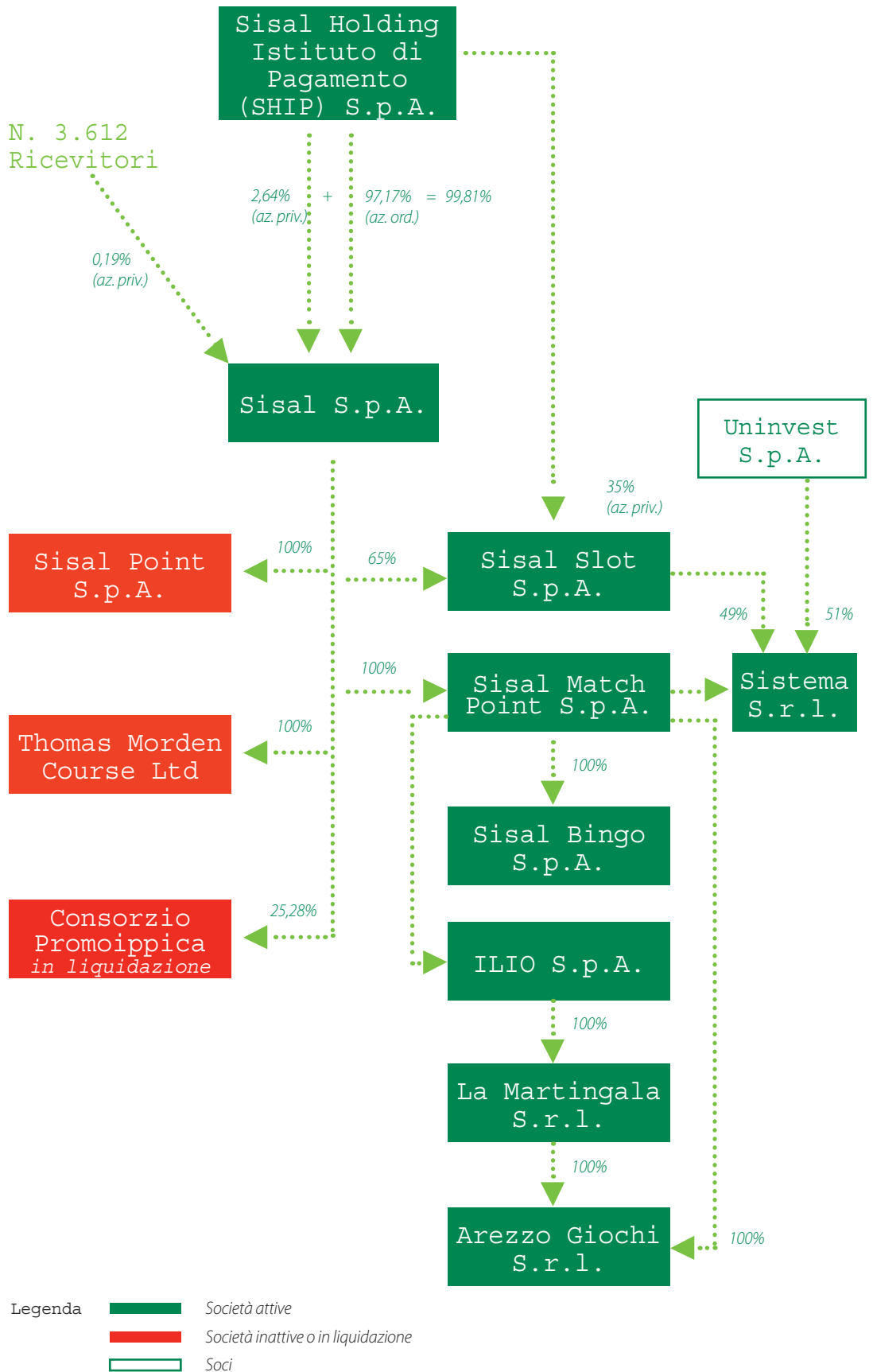
Il volume di raccolta complessivo del Gruppo nel 2011 è pari a 13,3 miliardi di euro, in crescita del 18% rispetto al 2010.

Sisal S.p.A. Controllata da SHIP S.p.A., gestisce attraverso una Rete di 41.659 punti vendita collegati online, numerosi giochi fra cui SuperEnalotto, SiVinceTutto SuperEnalotto, Vinci per la vita - Win for Life ed Eurojackpot. Inoltre commercializza un'ampia gamma di prodotti e servizi di terzi come le carte telefoniche nazionali e internazionali e i codici PIN per la ricarica del traffico telefonico di tutti i maggiori operatori telefonici nazionali e delle carte pay-per-view per il digitale terrestre.

Nel settembre 2010 Sisal ha siglato con la Pubblica Amministrazione un protocollo di intesa per il progetto "Reti Amiche", una sinergia fra reti pubbliche e private per aumentare i punti di contatto fra il Cittadino e gli Enti. In questo modo Sisal ha messo a disposizione la propria Rete commerciale e informatica per consentire al Cittadino di usufruire dei servizi pubblici attraverso un'infrastruttura di facile accesso presente capillarmente sul territorio.

Il fatturato 2011 ammonta a 239,3 milioni di euro.

Societogramma



Sisal Match Point S.p.A. Opera nel settore delle scommesse basate su eventi sportivi, ippici e di costume attraverso oltre 4.000 punti vendita di cui: 203 fra agenzie e negozi gestiti direttamente, 1.000 corner per la raccolta delle scommesse sportive e 3.108 corner per la raccolta delle scommesse ippiche. Sisal Match Point S.p.A. offre inoltre le scommesse Tris, Totogol, Big Match e, attraverso i canali internet e telefonia mobile, i giochi Sisal Poker, Sisal Bingo, Sisal Skill Games e Sisal Casinò.

Il fatturato 2011 ammonta a 142,9 milioni di euro.

Sisal Slot S.p.A. Garantisce il collegamento di circa 38.000 apparecchi da intrattenimento alla rete telematica statale, 13.000 dei quali di sua proprietà, attraverso 270 gestori distribuiti sul territorio nazionale. Dal settembre 2010 sono attivi gli spazi di intrattenimento Sisal Wincity basati sul concept "Eat, Drink, Play" dove è possibile giocare o assistere a performance ed eventi all'interno di un ambiente piacevole e sicuro.

Il fatturato 2011 ammonta a 480,7 milioni di euro.

Sisal Bingo S.p.A. Dalla seconda metà del 2007 opera nel mercato delle sale Bingo e, più di recente, nel Bingo online.

Il fatturato 2011 ammonta a 5,1 milioni di euro.

I Marchi del Gruppo



La struttura del Gruppo

L'impegno di Responsabilità d'impresa e Sociale che Sisal ha assunto verso i propri Consumatori e la Comunità ha contribuito a sviluppare un modello organizzativo basato su tre Business Unit: Lottery, Entertainment, Digital Games and Services.

Sisal si avvale del supporto di nove Direzioni centrali, fra le quali ricopre un ruolo importante la Business and Product Innovation, una Direzione dedicata all'innovazione, fra le poche al mondo nel settore, che si distingue per competenza, reputazione e creatività.

Business Unit Lottery

Ha il compito di sviluppare le potenzialità della concessione esclusiva per i Giochi Numerici a Totalizzatore Nazionale (GNTN), di cui il più importante prodotto è il SuperEnalotto, che Sisal ha l'incarico di gestire sino al 2018 in virtù dell'assegnazione avvenuta nel 2009.

La gestione di questi giochi è realizzata sia attraverso la propria Rete Distributiva, costituita da circa 42.000 punti vendita distribuiti uniformemente sul territorio, sia attraverso circa 40 "siti" rivenditori per il gioco a distanza. In questo modo i giochi sono fruibili anche attraverso le nuove tecnologie, nel pieno rispetto della regolamentazione specifica, e a tutto vantaggio del Consumatore.

Business Unit Entertainment

È dedicata al divertimento e ai giochi di abilità, quali le scommesse ippiche – altro settore tradizionalmente presidiato dall'Azienda e molto popolare in Italia – le scommesse sportive e gli apparecchi da intrattenimento, nonché prodotti storici e sempre amati dal pubblico, come il Totocalcio e la Tris.

La distribuzione è realizzata in maniera articolata sia attraverso una Rete di punti vendita generalisti, sia attraverso Reti di vendita dedicate e professionalmente specializzate, come le Agenzie Match Point e le sale Wincity, per affrontare al meglio le sfide di un contesto sempre più competitivo.

Business Unit Digital Games and Services

Sisal offre ai propri Giocatori l'opportunità di giocare a distanza attraverso siti internet, client di gioco¹ e applicazioni per telefonia mobile, utilizzando le tecnologie più avanzate per garantire modalità di gioco sicure, legali e consapevoli. Grazie alle proprie strutture di sviluppo e innovazione e a partnership strategiche con i principali fornitori di piattaforme di gioco, l'Azienda è in grado di fornire un'offerta completa e di altissima qualità. La BU Digital Games and Services offre anche una vasta gamma di servizi di pagamento ai Cittadini.

¹ I client di gioco sono applicazioni specializzate su tipologie di gioco specifiche e distribuite sotto forma di programmi eseguibili e installabili sul personal computer del Giocatore

I servizi di pagamento

Il Gruppo Sisal è presente nel mercato dei servizi dal 2002. Grazie a soluzioni tecnologicamente innovative e a una Rete che conta circa 42.000 punti vendita distribuiti capillarmente su tutto il territorio italiano, il Gruppo Sisal è in grado di offrire soluzioni rapide, semplici e sicure che consentono al Consumatore di poter svolgere operazioni quotidiane come: ricaricare il proprio cellulare o le proprie tessere della TV digitale, pagare le bollette, le multe e i tributi, ricaricare le principali carte prepagate e tanto altro ancora, mantenendo costante un profilo altamente professionale e innovativo.

La strategia che guida il Gruppo Sisal in quest'area di business si basa su diversi elementi distintivi che hanno consentito all'Azienda di raggiungere, in breve tempo, una significativa

posizione competitiva:

- >> capillarità geografica, accessibilità e piena disponibilità della Rete Distributiva;
- >> sicurezza, velocità e semplicità nell'erogazione del servizio al Consumatore finale;
- >> offerta di servizi ampia e diversificata per soddisfare le esigenze di tutti;
- >> esperienza dell'Azienda nella gestione efficiente di un elevato numero di transazioni;
- >> alto livello tecnologico delle infrastrutture informatiche Sisal;
- >> grande impegno nell'instaurare un rapporto trasparente e collaborativo con la propria Rete.

Con la sua Rete di Ricevitori Sisal ha portato i servizi di pagamento più vicino ai Consumatori, creando una rete di "prossimità" in cui si possono eseguire operazioni in tempi rapidi e con l'affidabilità di un Istituto di Pagamento riconosciuto. Nel settembre 2011, infatti, Sisal ha ottenuto dalla Banca d'Italia l'autorizzazione a operare come Istituto di Pagamento e ciò ha consentito all'Azienda di continuare a gestire tutti i servizi di incasso e pagamento per conto sia delle imprese private sia della Pubblica Amministrazione, in totale allineamento con le direttive in materia di sicurezza sulle transazioni imposte da Banca d'Italia. I servizi di pagamento vengono svolti dalla capogruppo Sisal Holding Istituto di Pagamento (SHIP) S.p.A., sottoposta a vigilanza di Banca d'Italia, attraverso l'utilizzo di un patrimonio destinato a tale scopo.

L'impegno profuso dall'Azienda verso la propria Rete, i propri Consumatori, i Cittadini e i propri Partner ha permesso di sviluppare e diversificare l'offerta Sisal costituita da oltre 300 servizi.

Il rapporto di fiducia consolidato con i propri Consumatori si è tradotto nel 2011 in oltre 5,3 miliardi di euro di volume d'affari riferito ai soli servizi in ricevitoria, registrando la crescita più significativa e contribuendo a circa il 40% dell'intero giro d'affari.

In un'ottica di costante sviluppo di quest'area, il Gruppo Sisal ha avviato una serie di progetti finalizzati alla creazione di nuove soluzioni di pagamento con l'obiettivo di semplificare le modalità di fruizione dell'ampio portafoglio servizi.

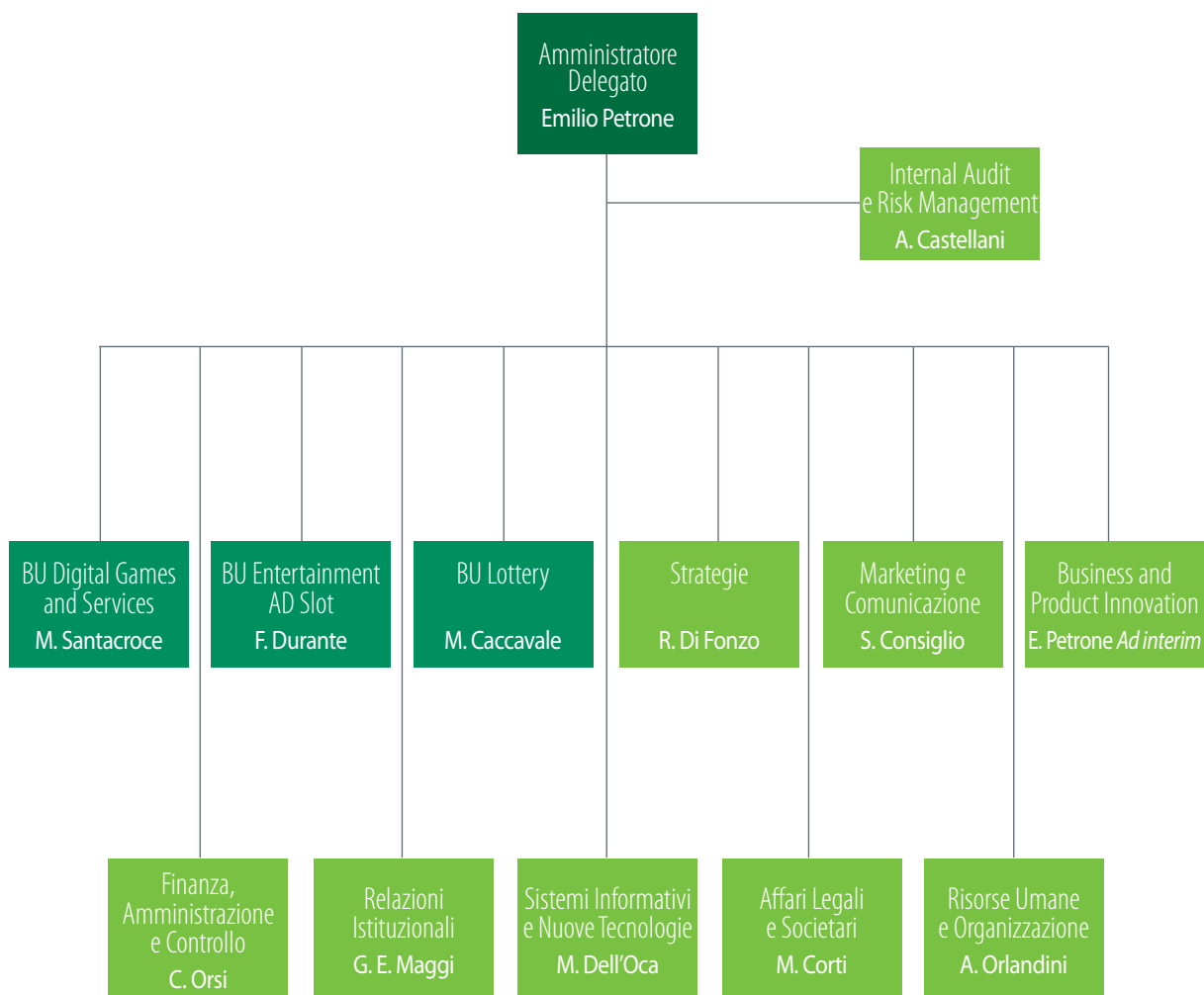
Il ruolo dell'innovazione

Sisal si è avvalsa dell'apporto di giovani risorse interne e della collaborazione di importanti istituzioni scientifiche e universitarie nazionali e internazionali, con l'obiettivo di creare un modello eccellente di "open innovation", dotato di strumenti d'avanguardia e aperto ai giovani talenti italiani, per produrre innovazione responsabile.

Costituita nel 2010 a completamento del modello organizzativo di Sisal, nel 2011 la Direzione Business and Product Innovation ha lavorato sia sul fronte dell'innovazione di prodotto, disegnando i nuovi SiVinceTutto SuperEnalotto e Vinci per la vita - Win for Life, sia strutturando progetti interni nell'area dell'innovazione di processo e di business.

L'Azienda è inoltre entrata a far parte di una nuova community, il Lottery Innovation Network, di cui fanno parte i maggiori operatori di lotteria al mondo. Costituitasi in Finlandia, questa community è in costante contatto con l'Università finlandese di Tampere e ha l'obiettivo di sviluppare nuove idee all'interno di un moderno processo di interscambio di esperienze e di tecnologie.

Organigramma del Gruppo Sisal



Vision, Mission e Valori

Sisal fonda la propria identità su alcuni Valori chiave che ne riassumono e sintetizzano la cultura aziendale. La profonda consapevolezza dello “spirito delle origini” – il dna che garantisce i Valori di base dell’Azienda e ne connota l’identità – è da sempre legata alla capacità di innovare e rispondere ai cambiamenti in tempi rapidi. La fedeltà dell’Azienda nei confronti della propria storia e l’impegno ad ascoltare e dialogare con i Consumatori e la Comunità hanno permesso a Sisal di vincere le sfide della crescita senza perdere i propri Valori fondativi. Questi Valori hanno consentito all’Azienda di percorrere ben 65 anni di vita accompagnando l’evoluzione del costume del nostro Paese dal secondo dopoguerra: un arco di tempo molto lungo per un’Azienda italiana che ha saputo rimanere fedele a quello spirito sociale che anima il suo continuo sviluppo.

L’eredità che rende solide le basi su cui Sisal si fonda è un forte senso di appartenenza e quindi di fedeltà e continuità del rapporto di fiducia fra Dipendenti e Azienda. La profonda coesione e lo spirito di squadra, che permeano la cultura aziendale e ne rappresentano un importante punto di forza, sono emersi fin dagli esordi dell’Azienda, quando Sisal operava come unica Società privata in un mercato molto statico.

Proprio questo senso di appartenenza e il legame autentico fra Dipendenti e Azienda contribuiscono a formare competenze distintive che rendono particolarmente forte l’asset rappresentato dalle Risorse Umane: senso di appartenenza, flessibilità, impegno, correttezza, affidabilità, dedizione.

Fra le competenze del dna di Sisal merita di essere sottolineata anche la capacità di innovare continuamente i prodotti. Tutta la storia dell’Azienda è costellata di giochi di successo e Sisal è riconosciuta anche a livello internazionale come una Società di riferimento per le proprie competenze nel settore. La flessibilità ha consentito a Sisal di affrontare numerose e complesse fasi di cambiamento. Negli anni più recenti, e in particolare dal 2008, Sisal ha integrato nella propria cultura, a tutti i livelli professionali, nuove competenze e nuove risorse che hanno portato nel Gruppo metodologie di lavoro e di approccio al mercato sempre più in linea con l’evoluzione del settore dei giochi.

Oggi Sisal si riconosce quindi in alcuni Valori chiave che riassumono e sintetizzano queste diverse fasi della sua storia e della sua cultura aziendale:

- >> **Affidabilità**
- >> **Competenza**
- >> **Esperienza**
- >> **Innovazione e cambiamento sostenibile**
- >> **Responsabilità**
- >> **Attenzione al Consumatore**

I Valori che Sisal ha scelto di sottoscrivere guidano i suoi comportamenti etici, di business e di relazione con tutti gli Stakeholder di riferimento. Questi Valori ispirano il lavoro dei suoi Dipendenti, dei suoi Collaboratori, dei suoi Ricevitori e Fornitori, determinano il rapporto con i suoi Stakeholder e costituiscono le fondamenta etiche dell’Azienda a garanzia di tutti gli Stakeholder di riferimento.

La Mission di Sisal è stata individuata nel 2008 in una fase di forte cambiamento sia del mercato di riferimento, sia di parte del Top Management e dell'organizzazione dell'Azienda. Il Top Management di Sisal ha sempre identificato Vision e Mission in un concetto strategico, esplicitato appunto nel 2008, che recita:

**“Essere leader nella gestione del Gioco
Responsabile, intrattenendo i Giocatori,
ovunque si trovino, con giochi innovativi
e sicuri che contribuiscano a realizzare
i loro sogni e le loro speranze.”**

Forte e consapevole del proprio passato e dell'importante percorso di cambiamento intrapreso fino a oggi, Sisal si pone l'obiettivo di focalizzarsi ulteriormente sull'esperienza vissuta dal Consumatore nel punto vendita, realizzare le migliori esperienze di gioco e di intrattenimento e offrire ulteriori servizi di pagamento utili al Cittadino in modo responsabile e sostenibile nel tempo.

Il mercato dei giochi in Italia

Sisal è oggi presente come Concessionario dello Stato in ogni settore del mercato italiano dei giochi con un'offerta distintiva e completa:

- >> Nella gestione in esclusiva di prodotti popolari che appartengono al segmento dei Giochi Numerici a Totalizzatore Nazionale (GNTN) e delle Lotterie con SuperEnalotto, SiVinceTutto SuperEnalotto e Vinci per la vita - Win for Life.
- >> Nelle scommesse ippiche e sportive con il proprio marchio Match Point.
- >> Nel settore degli apparecchi da intrattenimento (Adi) e delle videolotteries (VLT) con Sisal Slot e la Rete di Sisal Wincity.
- >> Nell'emergente segmento del gioco a distanza attraverso la commercializzazione delle versioni online dei giochi tradizionali e la gestione, come nel caso del poker e dei giochi di abilità, di modelli appositamente progettati, attraverso il sito www.sisal.it.

Per Sisal operare nel mercato dei giochi come Concessionario dello Stato significa non soltanto aderire alle regole e alle direttive dell'Organo che sovrintende alle attività di gioco in Italia, l'Amministrazione Autonoma dei Monopoli di Stato (AAMS), ma anche agire come Partner affidabile e proattivo dello Stato nelle tematiche di legalità e Gioco Responsabile.

L'impegno di AAMS per introdurre nel mercato dei giochi elevati standard e requisiti di sicurezza, controllo e trasparenza di gestione – che hanno fatto del mercato italiano un modello di riferimento a cui si guarda in Europa – e la sua costante e fattiva collaborazione con i Concessionari, fra cui Sisal, hanno consentito negli ultimi anni l'emergere di una componente illegale o irregolare del mercato, riportandola alla trasparenza a tutela dell'intera Comunità.

Il trend 2007-2011

Il mercato dei giochi in Italia ha registrato un'importante crescita nel corso degli ultimi cinque anni, raggiungendo nel 2011 i 79,6 miliardi di euro di raccolta lorda con un CAGR (Compound Annual Growth Rate) del 17,7%.

	2007	2008	2009	2010	2011	CAGR 2007/2011
Lotterie	16.042	17.635	18.876	18.122	19.421	4,9%
Scommesse e CPS*	5.558	6.357	6.142	6.228	5.294	-1,2%
Adi (Slot + VLT)	18.072	21.685	25.525	31.534	44.615	25,3%
Bingo	1.753	1.636	1.512	1.954	1.850	1,4%
Skill & Card Games	0	242	2.348	3.146	8.418	226,2%**
Totale raccolta	41.425	47.555	54.402	60.984	79.597	17,7%

Dati in milioni di euro

* CPS = Concorsi a pronostico sportivo

** CAGR 2008/2011

In linea generale tutti i segmenti presentano valori positivi di crescita, a eccezione del comparto delle Scommesse che presenta un CAGR negativo dell'1,2%. I valori di crescita sono lievi nel caso del Bingo (CAGR 1,4%) o elevati nel caso dei giochi online di abilità. Nel 2011 i giochi tradizionali come le Lotterie presentano una raccolta lorda complessiva di oltre 19 miliardi di euro e un tasso di crescita del 5%, mentre le Adi (Slot + VLT) rappresentano il 55% del mercato dei giochi totale raggiungendo uno straordinario incremento del 25,3%.

La chiave di lettura di queste differenze di crescita è fornita dalla tabella riportata qui sotto che evidenzia il rapporto fra la raccolta lorda totale e la spesa netta reale del pubblico.

	2007	2008	2009	2010	2011	CAGR 2007/2011
Raccolta totale	41.425,0	47.555,2	54.402,2	60.984,3	79.597,4	17,7%
Pay out	28.233,4	32.719,7	38.204,7	43.967,7	61.558,7	21,5%
Spesa reale del pubblico	13.191,5	14.835,5	16.197,5	17.016,6	18.038,6	8,1%
Erario	7.717,5	8.504,8	9.327,8	9.349,1	9.425,7	5,1%

Dati in milioni di euro

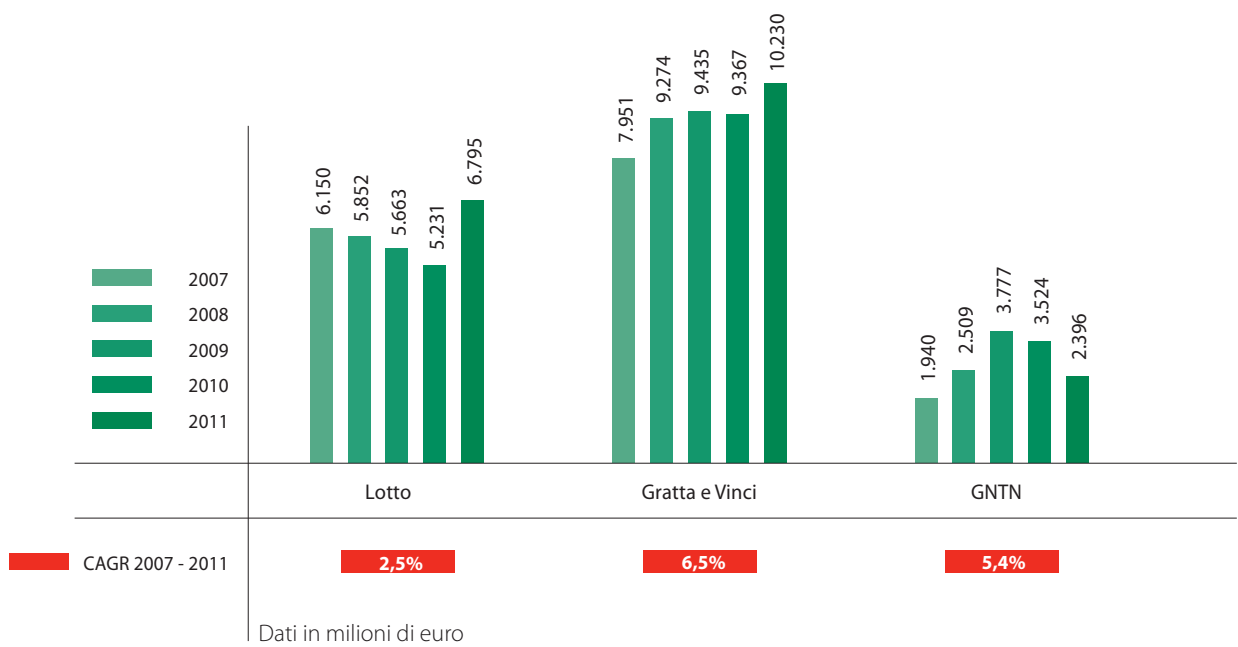
Risulta evidente che la percentuale più importante è rappresentata dal pay out, ossia la parte di raccolta che torna ai Giocatori sotto forma di vincita. Il pay out passa dal 68,2% nel 2007 al 77,3% nel 2011, con un CAGR del 21,5%. Questo effetto è dovuto all'introduzione di giochi con pay out sempre maggiori. La spesa netta reale del pubblico è passata da un totale di 13 miliardi nel 2007 ai 18 miliardi nel 2011, con un CAGR dell'8,1%. Oltre la metà della raccolta totale viene destinata allo Stato sotto forma di prelievo erariale.

L'analisi dei segmenti (2007-2011)

Lotterie

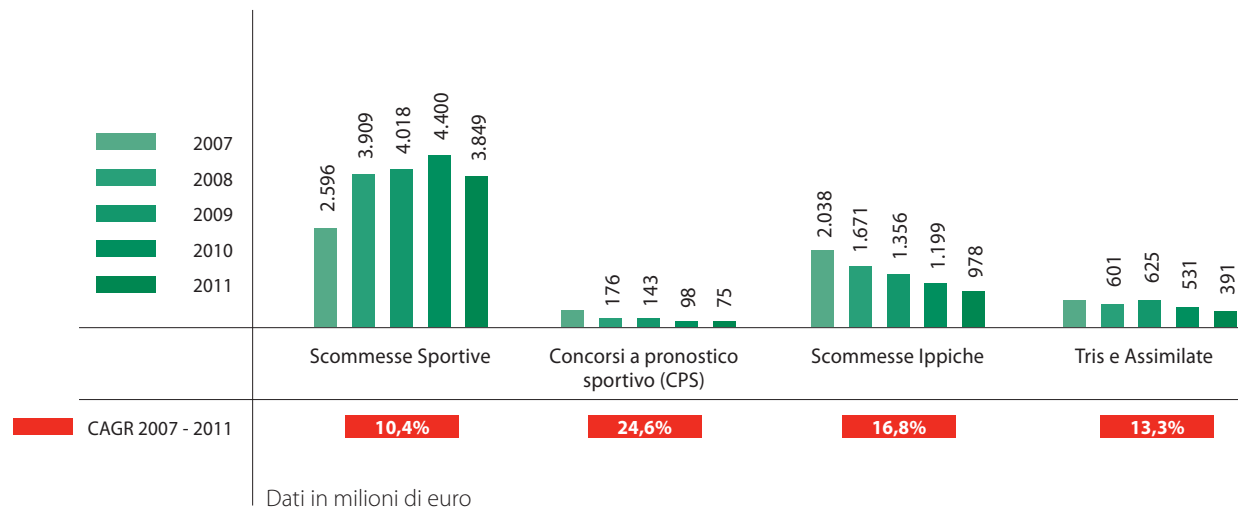
Il segmento Lotterie presenta il tasso di crescita meno elevato negli ultimi anni, con un CAGR complessivo del 4,9%.

I prodotti GNTN (SuperEnalotto, Vinci per la vita - Win for Life e SiVinceTutto SuperEnalotto) presentano un CAGR del 5,4% e un valore nel 2011 del 23,5% in più rispetto al 2007 a dimostrazione del processo di crescita del comparto che presenta performance importanti. Nel 2011 il Lotto è costituito dalla somma del Lotto e del nuovo gioco 10eLOTTO. Il CAGR nel periodo 2007-2011 è stato del 2,5%.



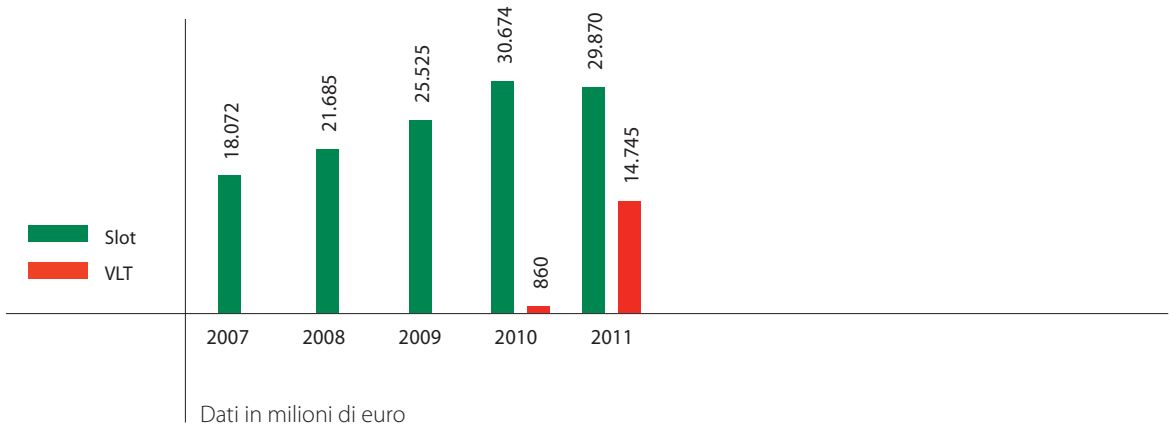
Scommesse

Il comparto Scommesse presenta valori sostanzialmente negativi per ognuno dei segmenti analizzati. Mentre per il comparto ippico e per il tradizionale settore del Totocalcio (qui citato come CPS, concorsi a pronostico sportivo) è da rilevare una crisi che dura da diversi anni, nel caso delle scommesse sportive le cause del trend negativo sono essenzialmente legate alla struttura stessa del prodotto.



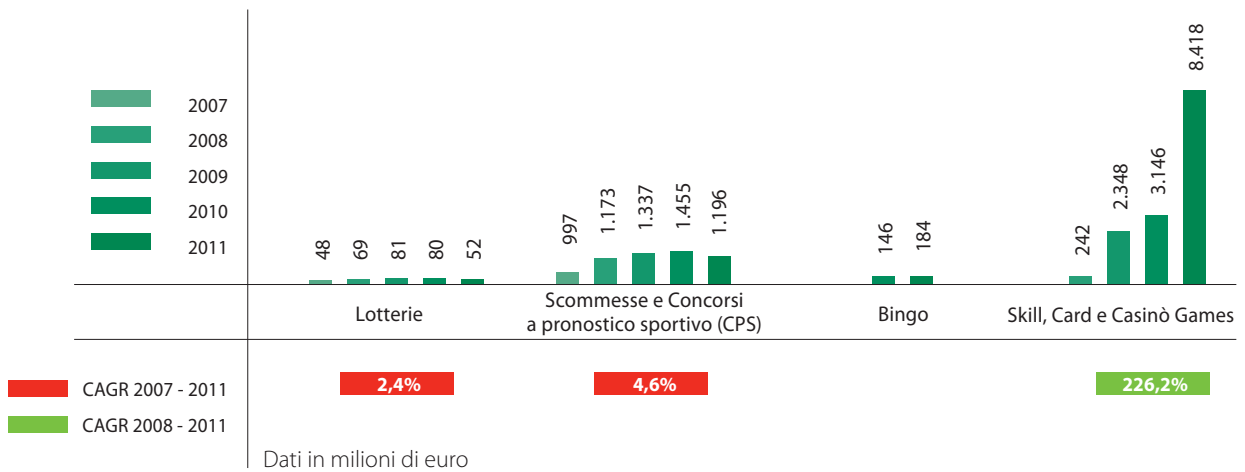
Adi (Slot e VLT)

Le Slot rappresentano oltre il 50% del mercato complessivo dei giochi in Italia. Si stima che nel mercato siano presenti oltre 380 mila apparecchi dislocati in oltre 114 mila punti vendita. La raccolta complessiva di questo comparto è stata di oltre 44,6 miliardi di euro con un CAGR del 25,3%. Le sole Slot hanno avuto un CAGR del 13,4%. Le VLT nel primo anno operativo (2011) hanno raggiunto i 14,7 miliardi di euro diventando di fatto il secondo prodotto del mercato.



Il gioco a distanza

Il mercato online ha avuto un CAGR del 75,2% e un peso sul mercato totale dei giochi che è passato dal 2,5% del 2007 al 12,4% del 2011. Per il solo 2011 la raccolta lorda di questo comparto è raddoppiata sfiorando i 10 miliardi grazie all'introduzione di nuovi giochi (Poker Cash e Casinò Games) che hanno costituito oltre il 60% della raccolta online. Analizzando il mercato dal punto di vista dei segmenti si nota che il mercato online è composto essenzialmente da: Scommesse, Skill, Card & Casinò Games e Bingo.



Le Lotterie risultano avere minore peso nel comparto online rispetto all'offline, pur presentando un CAGR del 2,4% nel periodo analizzato, ma con una decisa riduzione della raccolta nel corso dell'ultimo anno.

Il segmento Scommesse, così come accade per il mercato nel suo complesso, è guidato dalle sole scommesse sportive: nel complesso raccolgono oltre 1 miliardo di euro in media annuo e un CAGR del 4,6%.

Il comparto a più alta crescita è stato quello degli Skill, Card e Casinò Games. Il Poker Cash e i Casinò Games, introdotti nel 2011, hanno contribuito alla raccolta con oltre 1 miliardo di euro al mese. Questi prodotti presentano un pay out elevatissimo (superiore al 97%) catalizzando la raccolta dell'intero comparto.

Il Bingo online, il cui lancio è avvenuto nel dicembre 2009, ha raccolto nel corso del 2011 circa 184 milioni di euro. Interessante sottolineare che la raccolta è cresciuta nel corso dei mesi a dimostrazione di un gradimento crescente da parte del pubblico, sia per un pay out elevato al 70%, sia per la possibilità di creare community online che condividono la passione per il gioco del Bingo.

Il mercato dei servizi di pagamento

Il trend 2007-2011

La raccolta del Gruppo Sisal riferita ai servizi di pagamento ha evidenziato una crescita molto rilevante negli ultimi tre anni (+96%).

Tale aumento è dovuto sia alla crescita della Rete Distributiva che è passata da 26.000 punti vendita nel 2008 a circa 42.000 nel 2011 (+45% negli ultimi tre anni), sia allo sviluppo e all'ampliamento del portafoglio servizi attivi in ricevitoria, abbinati a una campagna di comunicazione e marketing finalizzata ad accrescere la consapevolezza dei Consumatori circa la possibilità di accedere ai punti vendita Sisal non solo per giocare, ma anche per fruire di numerosi servizi.

La conferma deriva dalla lettura dei dati del mercato di prossimità (ossia le somme del mercato dei giochi e del mercato dei servizi) che nel 2011 ha raggiunto la raccolta complessiva di 96 miliardi di euro con un CAGR del 19%.

Il tasso di crescita maggiore è stato ottenuto dal mercato dei servizi di pagamento che nel 2011 ha realizzato una raccolta di quasi 16 miliardi di euro e una crescita del 26,3% nel periodo analizzato.

	2007	2008	2009	2010	2011	CAGR 2007/2011
Totale Mercato dei giochi	41.425,0	47.555,2	54.402,2	60.984,3	79.597,4	17,7 %
Totale Mercato dei servizi	6.289,7	8.747,8	10.410,8	13.524,4	15.991,2	26,3 %
Mercato di prossimità	47.714,7	56.303,0	64.813,0	74.508,7	95.588,6	19,0%

Dati in milioni di euro

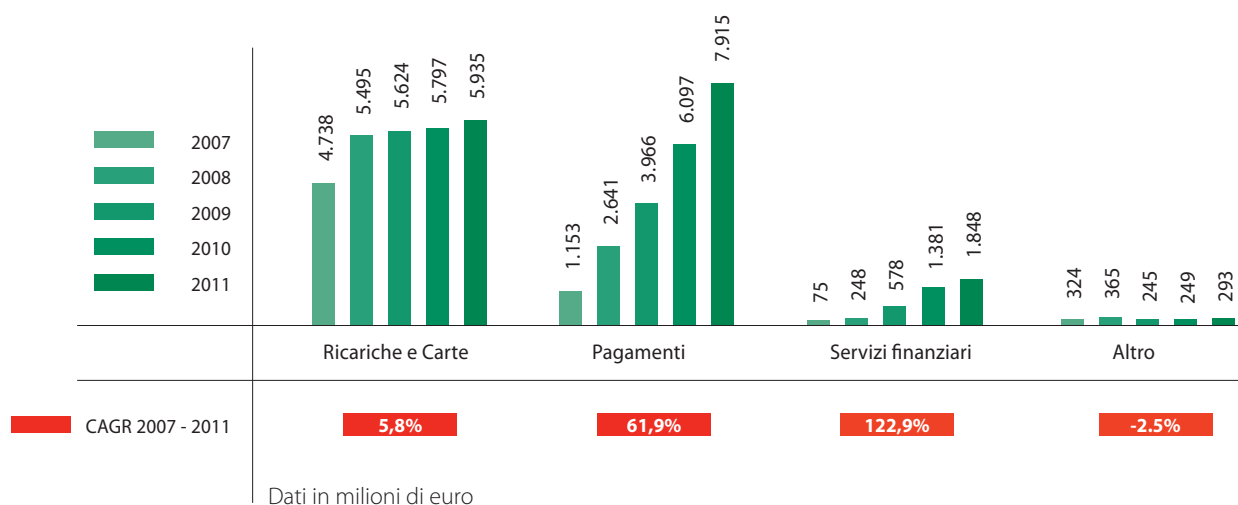
Tale incremento è ancora più significativo se confrontato con un mercato complessivo (comprensivo anche dei canali Poste, Banche, etc.) che si stima abbia raggiunto un punto di equilibrio intorno ai 100 miliardi di euro.

La ragione di questo significativo spostamento verso i canali cosiddetti di prossimità (bar, tabaccherie, etc.) è dovuto innanzitutto alla presenza capillare sul territorio, che offre al Cittadino la possibilità di fruire di questi servizi "sotto casa", ma anche a una maggiore flessibilità in

termini di orari di apertura e all'assenza di code, che consente un notevole risparmio di tempo nell'effettuare i pagamenti.

Per questa ragione i tassi di crescita maggiori sono stati ottenuti proprio nei segmenti caratterizzati da un significativo valore aggiunto per i Consumatori (pagamenti di bollette e bollettini, multe, etc.).

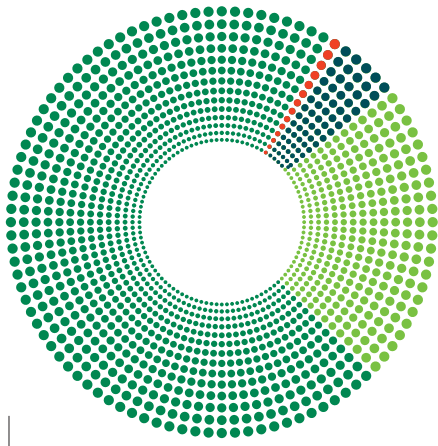
Il grafico riportato di seguito mostra l'andamento dei singoli comparti fra il 2007 e il 2011. Risulta evidente come questo mercato si sia fortemente modificato evolvendosi dalle ricariche (CAGR 5,8%) ai pagamenti (CAGR 61,9%), ai servizi finanziari (CAGR 122,9%).



Ancora più interessante è il confronto delle percentuali delle diverse componenti nella raccolta del segmento fra gli anni 2007 e 2011.

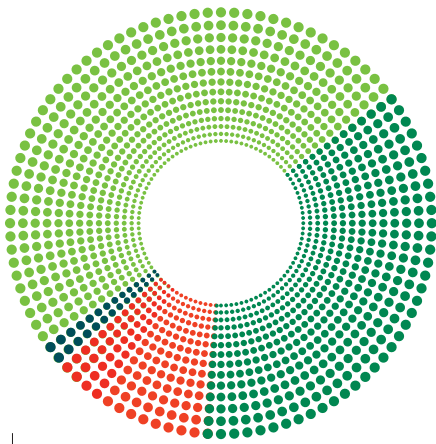
Si noti come la percentuale delle ricariche sia passato dal 75% del 2007 al 37% del 2011, mentre i pagamenti da un quinto del totale sono diventati una transazione su due. Il tutto accompagnato da una raccolta che è passata da 6,3 miliardi di euro nel 2007 a quasi 16 miliardi di euro nel 2011.

Nel 2011 il Gruppo Sisal ha gestito con successo oltre 180 milioni di transazioni, con un incremento del +16% rispetto al 2010.



- Ricariche e carte 75%
- Pagamenti 19%
- Servizi finanziari 1%
- Altro 5%

2007



- Ricariche e carte 37%
- Pagamenti 49%
- Servizi finanziari 12%
- Altro 2%

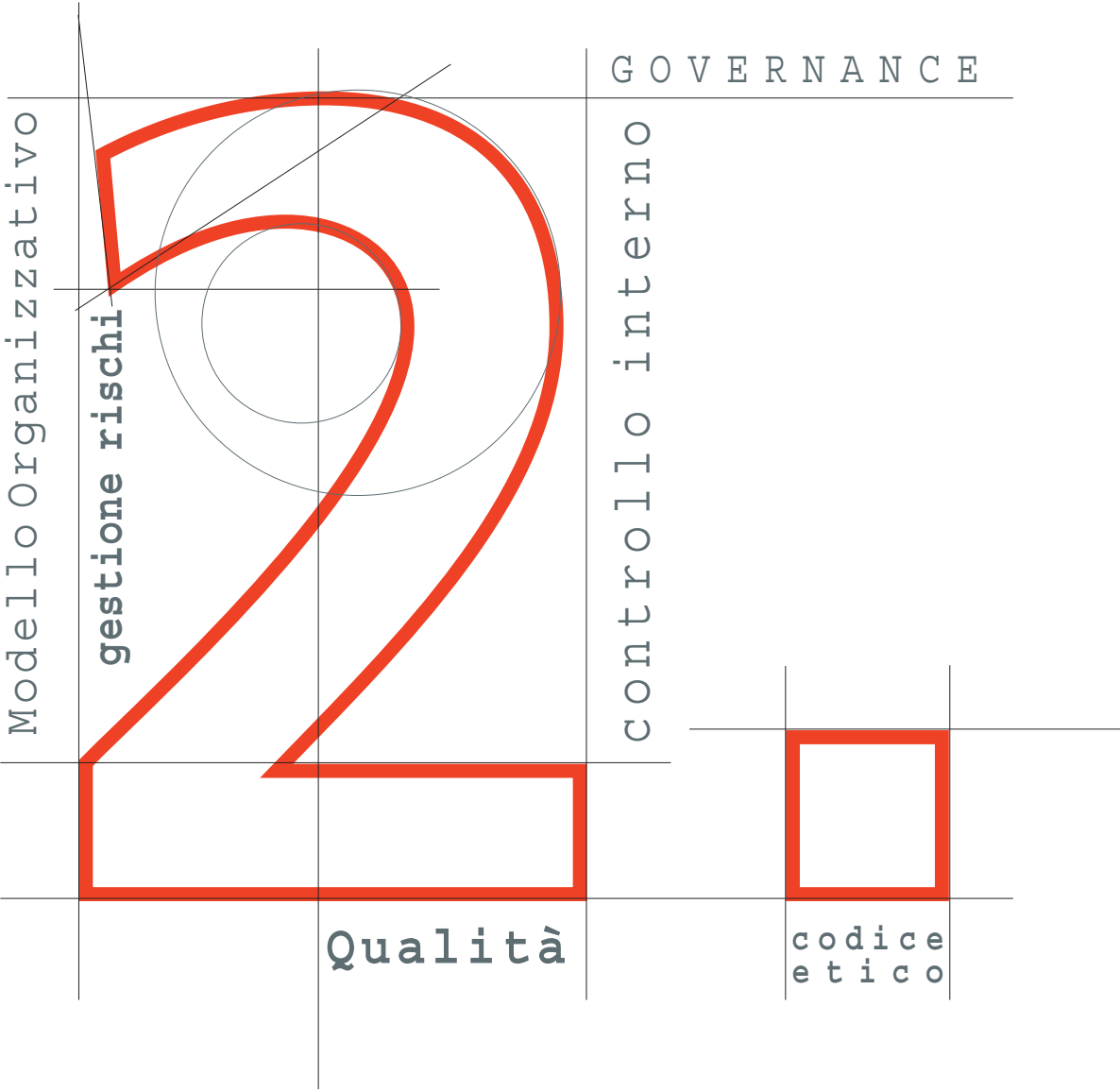
2011



*Italiaæ. 150 eventi in piazza
per ri-disegnare l'Italia
2011
Castello di Rivoli
Museo d'Arte Contemporanea*

2. LA SOSTENIBILITÀ COME MODELLO DI GOVERNANCE

2. LA SOSTENIBILITÀ COME MODELLO DI GOVERNANCE



La Corporate Governance di Sisal, il suo Sistema di Controllo interno e il Modello Organizzativo si integrano pienamente con la Mission aziendale a testimonianza di un impegno sostenibile per la realizzazione delle strategie di medio e lungo termine del Gruppo.

I principi della Corporate Governance di Sisal

Per Sisal S.p.A. non sussistono obblighi normativi che impongano l'adozione di particolari regole di Corporate Governance diverse da quelle stabilite dal Codice Civile per le Società per Azioni. Tuttavia la Società ha sempre rivolto estrema attenzione a questo aspetto in funzione della necessità di garantire, anche per la natura particolare dell'attività svolta, la massima affidabilità. Il sistema di Corporate Governance sviluppato nel corso degli anni dalla Società, nonché dalle Società controllate, si è dimostrato coerente nel soddisfare tale esigenza, seguendone e anche anticipandone l'evoluzione.

Il Consiglio di Amministrazione

Per quanto riguarda l'attuale organizzazione dell'attività di amministrazione di Sisal S.p.A., si è avuta cura di contemperare le esigenze di elasticità e rapidità delle decisioni con quelle di controllo. La Società è retta da un Consiglio di Amministrazione composto dai seguenti membri:

- Augusto Fantozzi, Presidente
- Emilio Petrone, Amministratore Delegato
- Giancarlo Aliberti, Consigliere
- Roberto Biondi, Consigliere
- Amedeo Carassai, Consigliere
- Gabriele Cipparrone, Consigliere
- Mario Gian Battista Corti, Consigliere
- Simone Cucchetti, Consigliere
- Roberto Gavazzi, Consigliere (Indipendente)
- Alessandro Grimaldi, Consigliere
- Alexis Lautenberg, Consigliere (Indipendente)
- Alessandro Papetti, Consigliere
- Nicola Volpi, Consigliere
- Roberto Zanchi, Consigliere (Indipendente)

Gli Organi di Governo

COLLEGIO SINDACALE

Piero Alonzo, Presidente
Massimo Bellavigna, Sindaco effettivo
Carlo Bosello, Sindaco supplente
Giuseppe Farchione, Sindaco supplente
Francesco Tabone, Sindaco effettivo

COMITATO PER LE NOMINE E LE REMUNERAZIONI

Roberto Gavazzi, Coordinatore
Amedeo Carassai
Roberto Zanchi

LEAD INDEPENDENT DIRECTOR

Roberto Gavazzi

COMITATO PER IL CONTROLLO INTERNO

Roberto Gavazzi, Coordinatore
Amedeo Carassai
Roberto Zanchi

AMMINISTRATORE ESECUTIVO PER IL CONTROLLO INTERNO

Emilio Petrone

COMITATO RISCHI

Emilio Petrone
Marco Caccavale
Andrea Castellani
Mario Corti
Maurizio Dell'Oca
Francesco Durante
Giovanni Emilio Maggi
Andrea Orlandini
Corrado Orsi
Maurizio Santacroce

PREPOSTO AL CONTROLLO INTERNO, RESPONSABILE FUNZIONE INTERNAL AUDIT E GESTIONE RISCHI, RISK OFFICER

Andrea Castellani

ORGANISMO DI VIGILANZA

Fabio Giarda
Andrea Castellani
Alfredo Spizzico

In base alla comunicazione inoltrata alla Commissione Europea, Direzione Generale per la Concorrenza, Sisal è soggetta al controllo congiunto dei fondi Apax, Permira e Clessidra.

È stata attribuita un'ampia delega all'Amministratore Delegato, che ha la responsabilità di definire le strategie aziendali e garantire il raggiungimento degli obiettivi economici, oltre alla piena rappresentanza presso le Istituzioni. Al Consiglio di Amministrazione vengono illustrati i piani di sviluppo relativi alle iniziative di Responsabilità Sociale programmate annualmente. La struttura sopra delineata si dimostra coerente con gli obiettivi aziendali e in linea con le esigenze di trasparenza e affidabilità dettate dalla particolare natura delle attività svolte.

Il Codice di Autodisciplina

Sisal ha sempre rivolto un'estrema attenzione a tale aspetto in funzione della sentita necessità di garantire, anche per la natura particolare dell'attività svolta, la massima affidabilità e trasparenza.

In base al processo attuato dalla Società per conformare la propria attività e organizzazione ai principi di efficienza più evoluti, a partire dal 2009 Sisal S.p.A. ha spontaneamente deciso di adeguare la propria governance in funzione del Codice di Autodisciplina elaborato dal Comitato per la Corporate Governance di Borsa Italiana S.p.A.

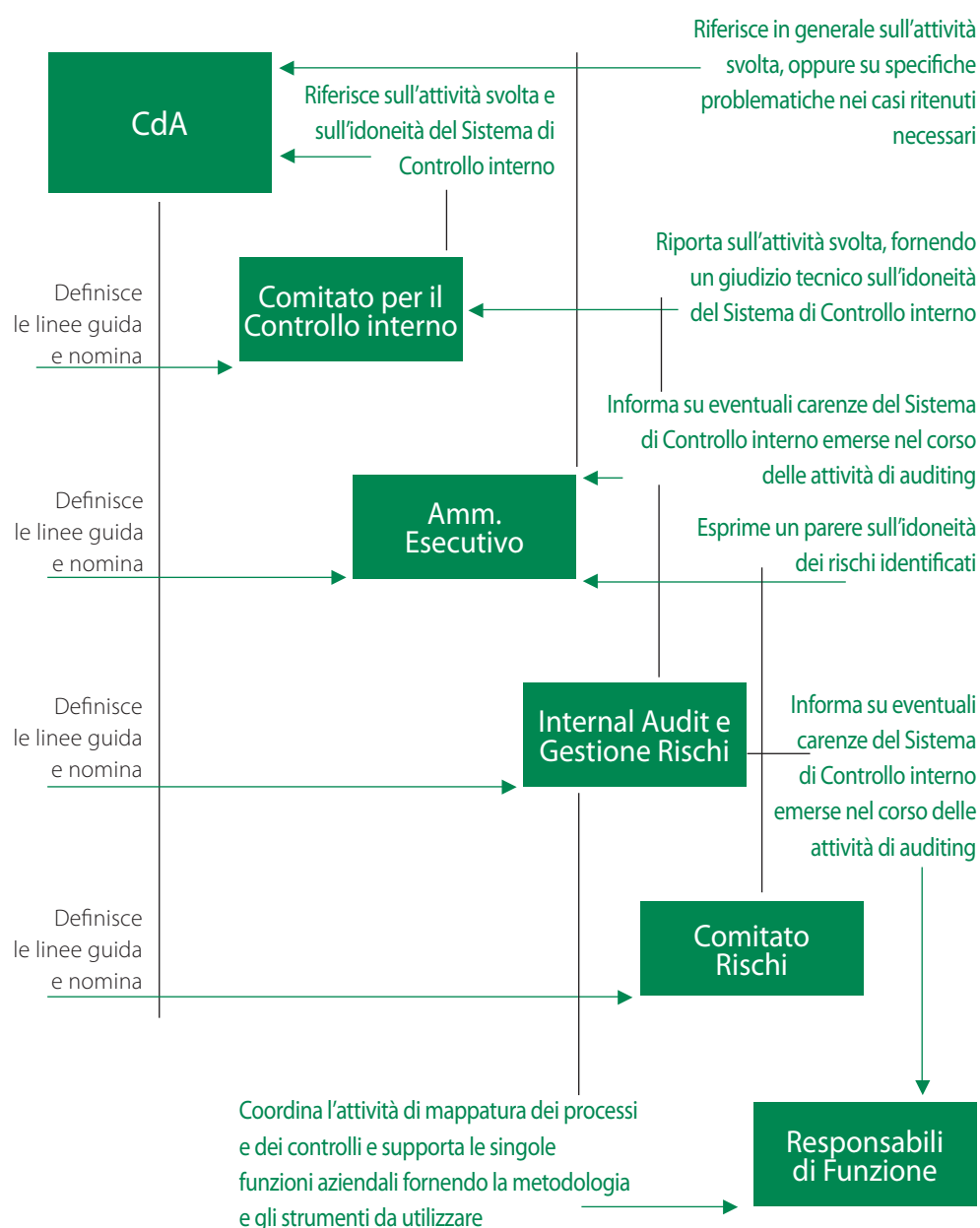
Di conseguenza, sono state rese operative le seguenti disposizioni:

- >> Istituzione della figura del Lead Independent Director nel Consiglio di Amministrazione.
- >> Costituzione di Comitati interni al Consiglio di Amministrazione per la nomina e la remunerazione degli Amministratori e per il Controllo interno.
- >> Nomina degli Amministratori con il coinvolgimento dell'apposito Comitato, in osservanza delle procedure e dei criteri previsti dal Piano di Implementazione del Codice di Autodisciplina.
- >> Costituzione di un Comitato di Controllo interno e individuazione di un funzionario con il compito di sovrintendere all'efficienza del Sistema di Controllo interno.
- >> Presentazione di una relazione annuale sulla Corporate Governance, discussa e approvata dal Consiglio di Amministrazione.
- >> Istituzione di un Sistema di Controllo interno basato sulle seguenti strutture: il Consiglio di Amministrazione, il Comitato per il Controllo interno, un Amministratore Esecutivo incaricato di sovrintendere alla funzionalità del Sistema stesso, la Funzione di Internal Audit e Gestione Rischi, al cui interno è nominato un Risk Officer che si occupa di coordinare il processo di gestione dei rischi, il Comitato Rischi.
- >> Attività di relazione fra le strutture del Sistema di Controllo interno.

Il Sistema di Controllo interno e la gestione rischi

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

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



L'impegno di Sisal per la sostenibilità si riscontra pertanto anche in questo Sistema, il quale, coerentemente con la Mission aziendale, contribuisce in modo significativo anche alla realizzazione delle strategie di medio e lungo termine del Gruppo.

La responsabilità del Sistema di Controllo interno fa capo al Consiglio di Amministrazione, che ne determina le linee guida, ne valuta l'adeguatezza e ne verifica l'effettivo e corretto funzionamento. Le attività e le relazioni fra i principali attori del Sistema di Controllo interno sono conformi a rappresentato nel grafico (pagina 34).

Il Sistema di Controllo interno di Sisal garantisce una costante relazione e, di conseguenza, un'efficace ed efficiente integrazione, fra tutti gli organi di controllo.

A tale proposito, il Comitato per il Controllo interno si è riunito nel corso del 2011 in quattro occasioni, con la partecipazione alle riunioni anche di membri del Collegio Sindacale, dell'Organismo di Vigilanza, della Funzione Internal Audit e Gestione Rischi, della società di revisione e di manager appartenenti a diverse aree aziendali.

Il Risk Management

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

L'ERM è un processo strategico che interessa tutta l'Azienda, il cui obiettivo è l'identificazione, la valutazione e la gestione dei rischi aziendali, al fine di accrescerne le capacità di generare valore tramite il raggiungimento dei propri obiettivi.

Tramite il processo di ERM viene identificato e misurato il grado di influenza che gli eventi potenziali possono avere sul raggiungimento degli obiettivi a loro collegati attraverso le due dimensioni rilevanti della probabilità di accadimento e dell'impatto sul business. Il management, individuate le modalità di risposta ai rischi rilevati (*risk response*), decide le possibili azioni di contenimento o contrasto sulla base della tolleranza accettabile e della propensione al rischio dell'Azienda; definisce quindi le attività di controllo che assicurano l'effettiva attuazione delle risposte al rischio identificate.

La presenza e il funzionamento dei componenti dell'Enterprise Risk Management sono oggetto di monitoraggio continuo nel tempo, al fine di presidiare il Sistema di Controllo interno, assicurandone il mantenimento, l'aggiornamento e il miglioramento.

Dal 2008 a oggi Sisal si è dotata di un sistema strutturato di gestione dei propri rischi: il Consiglio di Amministrazione ha approvato le linee guida e, di conseguenza, è stata definita la policy di Risk Management contenente i principi della metodologia di gestione dei rischi. Sempre a questo proposito sono stati implementati i processi di valutazione e analisi dei rischi ai diversi livelli e ambiti societari; sono stati inseriti all'interno del processo di Risk Management i soggetti definiti dal Codice di Autodisciplina con i loro ruoli e responsabilità e si sono nominati tutti i soggetti ritenuti utili al rafforzamento dei presidi dei rischi aziendali, fra cui il Comitato Rischi, la cui composizione è stata ampliata dal Consiglio di Amministrazione da otto a dieci membri, estendendo così le competenze professionali presenti in modo da poter identificare ed esaminare ancora più efficacemente tutte le aree di rischio.

Infine, si è raggiunto un elevato livello di coordinamento e collaborazione fra gli organismi di controllo che ha consentito di rendere più efficiente il sistema stesso e di acquisire una maggiore consapevolezza dell'importanza del Sistema di Controllo interno quale asset strategico che contribuisce a creare valore per il Gruppo.

Il Modello Organizzativo ex D.Lgs. 231/01

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

Nell'ambito della gestione dei rischi Sisal ha quindi elaborato e adottato, sin dal 2006, un Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo (di seguito anche "Modello Organizzativo") finalizzato a ridurre il rischio che vengano commessi i reati previsti dal Decreto.

Questo Modello Organizzativo, che costituisce parte integrante del Sistema di Controllo interno, si compone dei seguenti elementi fondamentali e interdipendenti:

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

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

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

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

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

Nel 2011 sono stati organizzati incontri individuali con ventisette manager di nuova assunzione o nomina, per i quali è stata predisposta una sessione formativa sul Sistema di Controllo interno e, in particolare, sul Modello Organizzativo.

Sisal ha adottato il Modello Organizzativo in una prospettiva dinamica che prevede un suo costante aggiornamento. Il Modello Organizzativo è stato redatto in linea con i più recenti pronunciamenti giurisprudenziali, avvalendosi del supporto di uno studio legale esperto e indipendente che ha effettuato un'attenta verifica delle attività aziendali, individuando quelle maggiormente esposte a rischi: le cosiddette aree "sensibili".

La Società si è impegnata ad adeguare e modificare il Modello Organizzativo sia in funzione di eventuali cambiamenti nella normativa, sia in funzione dei cambiamenti che possono interessare la Società, a livello di business e di organizzazione, nelle sue diverse articolazioni.

Il Codice Etico e di Comportamento

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

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

L'osservanza del Codice da parte degli Amministratori, dei Sindaci, dei Dipendenti, così come, per quanto applicabile, da parte dei soggetti terzi con cui Sisal intrattiene rapporti d'affari, riveste un'importanza fondamentale sia per il buon funzionamento e l'affidabilità della Società, sia per la tutela del prestigio, dell'immagine e del know how della stessa, fattori che costituiscono un patrimonio decisivo per il successo di Sisal.

Oltre a rispettare i doveri generali di lealtà, correttezza, rispetto del contratto di lavoro, i Destinatari del Codice, Collaboratori e Dipendenti di ogni livello e grado, devono astenersi dallo svolgere attività in concorrenza con quelle della Società, devono rispettare le regole e le procedure aziendali e attenersi ai precetti del Codice.

Ciascun destinatario o terzo è tenuto a conoscere e osservare il Codice, a contribuire attivamente alla sua attuazione e a segnalare eventuali carenze. Ogni comportamento contrario alla lettera e allo spirito del Codice può essere punito in conformità a quanto previsto sia dal Modello Organizzativo stesso, sia dalle disposizioni legislative e del contratto collettivo applicabili. I principi espressi dal Codice costituiscono, inoltre, una fonte di ispirazione per il Consiglio di Amministrazione che ha la responsabilità di definire gli obiettivi di impresa. Progetti, azioni, investimenti devono essere pensati e realizzati nella completa osservanza dei contenuti del Codice.

Compito della Società è diffondere il Codice fra i destinatari e i soggetti terzi, così come verificare che non ci siano violazioni dei precetti ivi disposti e che esistano adeguate misure sanzionatorie in caso di violazioni accertate.

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

Le Risorse Umane sono un bene prezioso e indispensabile per un corretto e proficuo svolgimento delle attività dell'impresa e la dedizione e la professionalità dei Dipendenti sono valori determinanti per il conseguimento degli obiettivi della Società: Sisal adotta quindi per tutti i Dipendenti il criterio del trattamento equo e senza discriminazioni e offre possibilità di crescita professionale basate su un sistema meritocratico.

È inoltre un dovere per Sisal offrire ai Dipendenti un contesto sano e un ambiente di lavoro sicuro e stimolante. La Società si impegna a diffondere e consolidare una cultura della sicurezza in un'ottica di prevenzione, sviluppando la consapevolezza dei rischi e promuovendo comportamenti responsabili da parte di tutti. Infine, tutti i Dipendenti e i Collaboratori di Sisal ricevono un'informazione e una formazione che assicurano il totale rispetto delle regole e delle procedure interne.

Un luogo di lavoro sicuro non è però sufficiente. Sisal garantisce anche un ambiente di lavoro privo di qualsiasi forma di discriminazione fondata sulla razza, sul sesso, sulla religione, sull'appartenenza etnica, sindacale o politica. La Società esige che le relazioni di lavoro interne ed esterne siano improntate alla massima correttezza e che non si verifichi alcun tipo di molestia, ostilità o intimidazione verso il singolo o gruppi di Dipendenti e che ognuno sia libero di svolgere il proprio lavoro senza interferenze e ostacoli.

Il Consiglio di Amministrazione, con l'aggiornamento del Codice nel 2010, ha anche voluto ribadire la sensibilità di Sisal verso la tutela dei minori nell'ambito della gestione dei giochi con vincita in denaro. I minori, infatti, spesso alla ricerca di nuove emozioni, sono i soggetti maggiormente esposti al rischio di comportamenti di gioco non sani.

Per questo, l'Azienda ha prescritto ai destinatari del Modello Organizzativo, in particolare alla propria Rete di vendita, di non accettare, in alcun modo e in nessuna occasione, richieste di gioco da parte di minori. Inoltre, la Società ha implementato strumenti di controllo, anche preventivi, per ridurre il rischio del gioco minorile. Sisal ha così dimostrato di aver saputo volontariamente individuare e gestire tale rischio in autonomia ben prima che fosse affrontato e definito a livello normativo nel corso del 2011.

Nella gestione del business e dei rapporti d'affari, Sisal si ispira a principi di legalità, lealtà, correttezza, trasparenza, efficienza e apertura al mercato. I Dipendenti, così come i Collaboratori esterni il cui lavoro può essere ricondotto alla Società, sono tenuti a mantenere comportamenti corretti negli affari di interesse della stessa Società e nei rapporti con la Pubblica Amministrazione, indipendentemente dalle implicazioni di business e dall'importanza dell'affare in corso.

Sono proibite pratiche di corruzione, favori illegittimi, comportamenti collusivi, sollecitazioni, dirette o attraverso terzi, di vantaggi personali o di carriera per sé o per altri. Sono proibiti anche l'utilizzo di beni e risorse economiche di proprietà della Società per fini estranei a quelli previsti e la pratica di attività illecite o comunque di dubbia trasparenza.

La Società nello svolgimento della propria attività d'impresa, che richiede costantemente l'acquisizione, la conservazione, il trattamento, la comunicazione e la diffusione di notizie, documenti e altri dati attinenti a negoziazioni, operazioni finanziarie e commerciali, know how, etc., si impegna ad assicurare il corretto trattamento di tutte le informazioni, garantendone riservatezza, veridicità e trasparenza ed evitandone ogni uso improprio.

Nel perseguire il proprio successo d'impresa, Sisal, da un lato, presta particolare attenzione all'instaurazione e gestione dei rapporti con i Fornitori e i subcontraenti, verificando che mantengano gli standard etici richiesti, dall'altro offre prodotti e servizi di qualità nel rispetto di tutte le norme poste a tutela della leale concorrenza.

L'Azienda pretende correttezza da parte dei propri Dipendenti, di qualsiasi grado e ruolo. Quindi, nonostante sia riconosciuto il diritto dei Dipendenti a intrattenere rapporti d'affari privati al di fuori di quelli svolti nell'interesse della Società, è proibito esercitare questo diritto in concorrenza con la stessa, o in modalità che possano essere riconducibili ad attività illecite o che condizionino il regolare svolgimento del lavoro. In ogni caso è compito del Dipendente evitare che si verifichino situazioni riconducibili a un conflitto con gli interessi della Società o che possano interferire con la sua capacità di prendere decisioni imparziali nel pieno interesse della Società stessa.

Nella medesima ottica di trasparenza e correttezza non è consentito ai Dipendenti corrispondere, offrire, direttamente o indirettamente, regali, benefici materiali, pagamenti o altre utilità di qualsiasi entità a terzi, pubblici ufficiali o privati. Semplici atti di cortesia commerciale, come omaggi o forme di ospitalità, sono ammissibili se di entità modesta o comunque tali da non compromettere l'immagine o la reputazione di una delle parti e da non poter essere interpretati come strumenti per acquisire vantaggi in modo improprio; tali spese necessitano sempre l'autorizzazione del vertice aziendale. Allo stesso modo, il Dipendente che riceva omaggi, trattamenti di favore o altre forme di liberalità non giustificabili come normali scambi di cortesia è tenuto a darne notizia al proprio superiore e al vertice aziendale.

Sisal, anche a causa del particolare settore di business in cui opera, si trova a intrattenere stretti rapporti di collaborazione con le Istituzioni Pubbliche, i loro funzionari e addetti e gli incaricati di pubblico servizio. In questi rapporti è fondamentale che i Dipendenti mantengano comportamenti improntati alla massima correttezza, trasparenza ed efficienza: tutte le pratiche in contrasto con tali principi sono rigorosamente proibite.

Il Codice delle Società di Sisal è pubblicato sul sito www.sisal.com e nell'intranet aziendale si trovano anche le altre parti del Modello Organizzativo.

Una copia del Codice viene consegnata a ogni Dipendente neoassunto che si impegna, anche formalmente, a osservarne il contenuto. Inoltre, in tutti i contratti aziendali è inserita una clausola di accettazione del Codice.

La conoscenza, l'accettazione e l'osservanza del Codice sono richiesti a chiunque collabori con la Società. Questa linea di azione ha quindi la finalità di definire, anche a livello di valori e principi etici, un chiaro e possibilmente duraturo rapporto con le persone, fisiche e giuridiche, che si relazionano con la Società.

La Qualità

Dal 2002 Sisal S.p.A. ha intrapreso un percorso "Qualità" che ha portato il Gruppo, nel corso degli anni, a implementare e mantenere tre sistemi di gestione aziendale in continua evoluzione ed espansione e a certificare, secondo la norma UNI EN ISO 9001:2008, tre Società.

Sisal S.p.A. per le attività di:

- > raccolta telematica e gestione operativa dei dati di giochi e servizi in rete
- > progettazione e sviluppo software
- > distribuzione di materiale e attrezzature ai punti vendita
- > assistenza tecnica delle attrezzature presso i punti vendita

Sisal Slot S.p.A. per le attività di:

- > conduzione operativa della Rete per la gestione telematica del gioco lecito
- > progettazione e sviluppo software
- > produzione di apparecchi da intrattenimento
- > assistenza tecnica presso i punti vendita

Sisal Match Point S.p.A. per le attività di:

- > raccolta telematica e gestione operativa dei dati di giochi e scommesse
- > progettazione e sviluppo software
- > assistenza tecnica agli apparati presso i punti vendita

La Qualità in Sisal, intesa come qualità dell'organizzazione, è *customer driven* poiché i livelli di performance e di conformità sono fortemente orientati, e a volte anche determinati, dai Consumatori, nostri Stakeholder.

La Qualità in Sisal è dinamica e aperta a una continua revisione critica delle modalità organizzative in essere che derivano da una mentalità responsabile e disponibile al cambiamento, fortemente orientata al miglioramento continuo delle performance e alla soddisfazione di tutti i portatori di interessi. I dieci anni di certificazione rappresentano la garanzia di questo costante impegno.

La CSR Governance di Sisal

Il settore Gioco è sempre più considerato un comparto sensibile. Ne consegue che per Sisal la CSR e il Gioco Responsabile assumono un ruolo ancora più strategico, che si traduce nella modalità di operare dell'Azienda verso gli Stakeholder e nella strategia di tutte le aree aziendali. Questo si riflette in un sistema di governo della strategia di Corporate Social Responsibility che si fonda sui seguenti organismi:

- >> **CSR Leadership Team:** costituito da alcuni Direttori delle Direzioni e delle Business Unit, stabilisce le linee strategiche dell'attività di Responsabilità Sociale e di Gioco Responsabile. Il CSR Leadership Team si riunisce semestralmente per definire la strategia e valutare il Piano d'Azione annuale di CSR e, successivamente, per valutarne il raggiungimento degli obiettivi.

- >> **CSR Manager:** ha il ruolo di coordinare i diversi livelli di attività di CSR in Sisal e in relazione agli Stakeholder interni ed esterni; in particolare coordina la CSR Unit.

- >> **CSR Unit:** si occupa dello sviluppo dei progetti di CSR in Azienda (Gioco Responsabile e certificazione EL/WLA; sviluppo della metodologia di Stakeholder Engagement; redazione del Rapporto Sociale; etc.) e della realizzazione del Piano d'Azione che concretizza gli obiettivi che coinvolgono gli Stakeholder di Sisal. La CSR Unit, formata da un team di Dipendenti interni all'Azienda che rappresentano le rispettive BU e Direzioni di riferimento, è coordinata dal CSR Manager e si riunisce a cadenza mensile per sessioni di formazione e aggiornamento.

Nel 2012, per sottolineare l'accresciuta rilevanza strategica della Corporate Social Responsibility per Sisal, è stata creata una funzione organizzativa dedicata alla CSR all'interno della Direzione Marketing e Comunicazione.



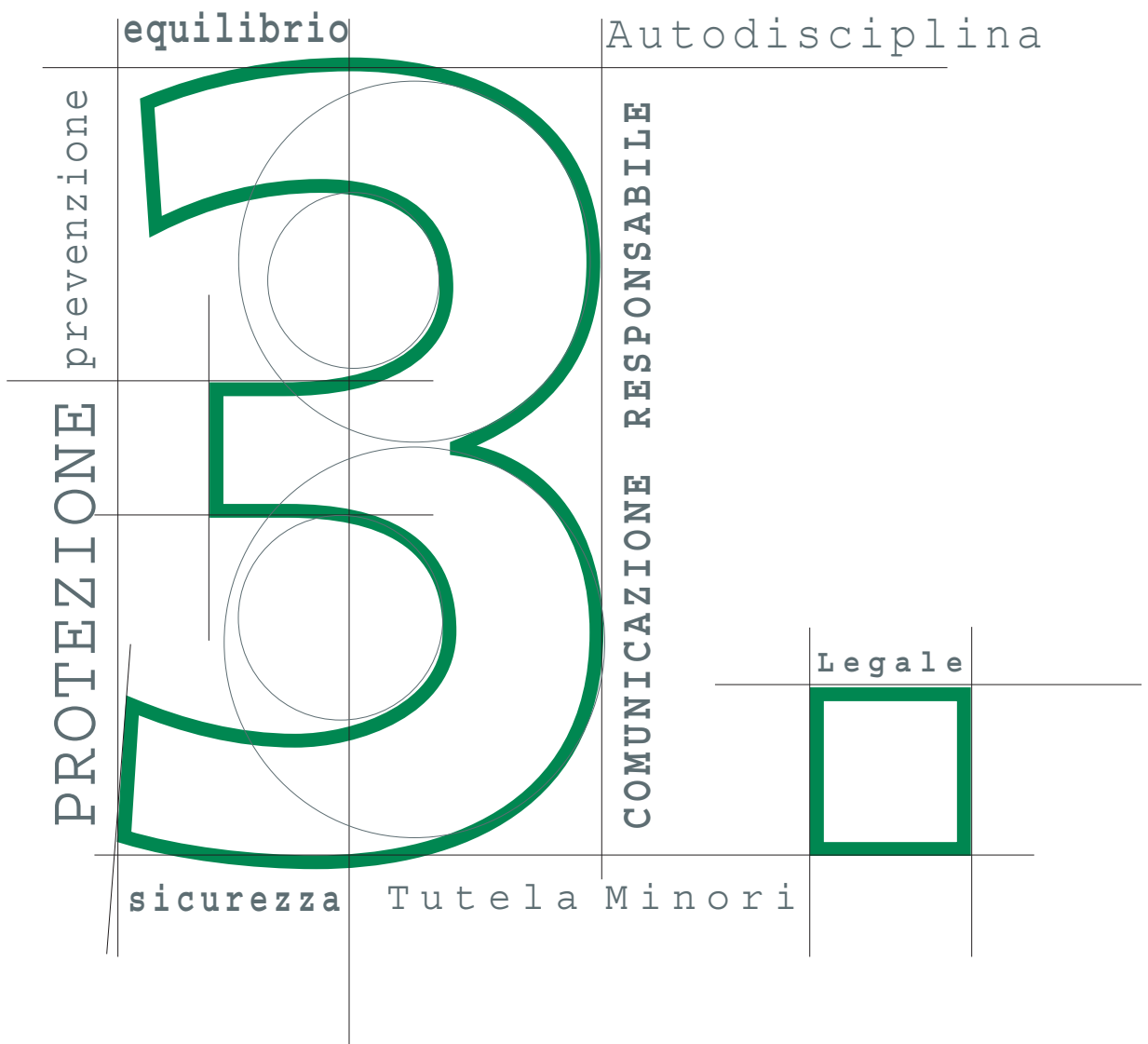
Leila Mirzakhari
Barca italiana
2011
digitale su carta Kodak

3. LA SOSTENIBILITÀ E IL GIOCO RESPONSABILE



3. LA SOSTENIBILITÀ

E IL GIOCO RESPONSABILE



Per il Gruppo Sisal la sostenibilità di un Gioco Sicuro e Responsabile è un impegno costante e un dovere imprescindibile del proprio operato, svolto in totale trasparenza e in sinergia con il Regolatore. Sisal realizza esperienze di gioco e intrattenimento legali, sicure ed equilibrate in modo responsabile e sostenibile nel tempo. Questo impegno si è tradotto in una strategia e in un Programma di Gioco Responsabile che coinvolge tutti i livelli, interni ed esterni, e le funzioni dell'Azienda.

La sostenibilità sociale in Sisal e il focus sul tema del Gioco Responsabile

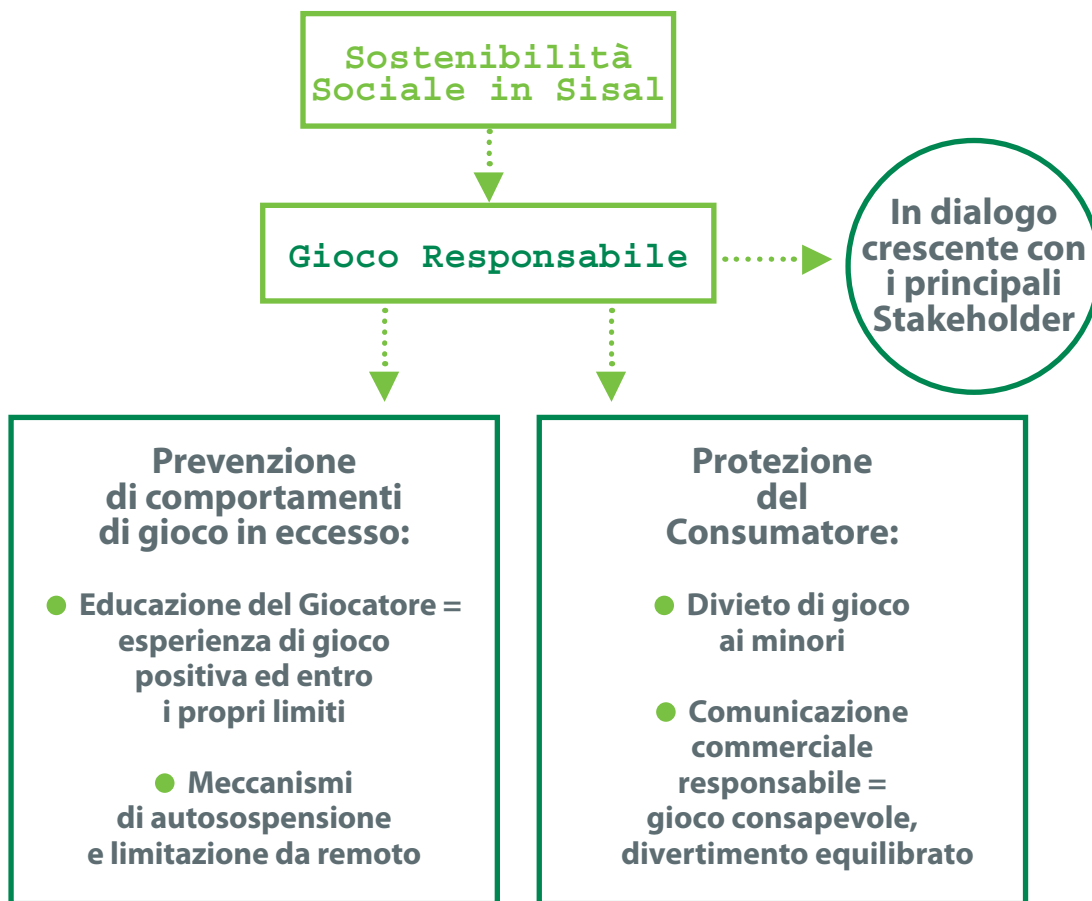
Il Piano di Responsabilità Sociale 2011 di Sisal ha individuato l'obiettivo prioritario di consolidare la propria responsabilità nel perseguire uno sviluppo sostenibile attraverso la condivisione a tutti i livelli dei Valori fondamentali dell'Azienda e la loro traduzione in atteggiamenti e progetti concreti.

Il Programma di Gioco Responsabile rappresenta l'elemento centrale e distintivo della strategia di sostenibilità sociale di Sisal e dimostra la profonda consapevolezza di Sisal di operare in un settore sensibile che richiede un'attenzione specifica alla tutela del Giocatore, con particolare riferimento alle categorie più vulnerabili. Nel 2011 Sisal, in linea con quanto già realizzato nel 2010, ha ulteriormente rafforzato il proprio impegno per un'articolata strategia di Gioco Responsabile basata sull'obiettivo di consolidare e promuovere un modello di gioco quale forma di intrattenimento e divertimento sano ed equilibrato, declinato in tutti gli ambiti di attività dell'azienda e condiviso con tutti i propri portatori d'interesse.

Sisal, in qualità di Concessionario autorizzato dall'Amministrazione Autonoma dei Monopoli di Stato (AAMS), ne ha adottato e condiviso i valori e i principi ponendosi come obiettivo prioritario la costruzione e la diffusione, insieme al Regolatore, di un modello di gioco sicuro, legale e responsabile. Una scelta focalizzata sul divertimento sano e sull'emozione di un gioco controllato e garantito dallo Stato italiano, un messaggio simbolicamente rappresentato dal logo di AAMS – un timone stilizzato con banda tricolore – presente su tutti i prodotti e i servizi offerti a garanzia di qualità e sicurezza e di ambienti di gioco sottoposti alla verifica costante del Regolatore, ambienti dotati di regole trasparenti e di elevati standard innovativi, in contrasto al gioco illegale e clandestino.

Per realizzare questo obiettivo, Sisal ha elaborato un Piano strategico di Gioco Responsabile basato su tre principali aree di intervento, sviluppate in collaborazione e dialogo costante con i propri Stakeholder:

- >> tutela dei minori e iniziative per garantire il divieto assoluto di gioco e di coinvolgimento di minorenni nel gioco;
- >> comunicazione responsabile, orientata alla promozione di un modello di Gioco Responsabile, con l'obiettivo di fornire ai destinatari dei messaggi informazioni chiare ed esaustive per poter compiere una scelta consapevole e per non trascurare le normali regole di prudenza e di responsabilità;
- >> prevenzione delle forme di gioco in eccesso e assistenza ai Giocatori problematici.



Coerentemente con gli obiettivi prefissati, il Programma di Gioco Responsabile viene annualmente aggiornato, declinato e monitorato attraverso un dialogo continuo con i principali Stakeholder interni ed esterni: i Dipendenti, AAMS, le Associazioni dei Consumatori, le Università, gli Istituti di ricerca e statistica, gli Osservatori e le Federazioni scientifiche. Nella fase di sviluppo dei giochi tale dialogo include anche società accreditate a livello internazionale in tema di strumenti di valutazione del grado di rischiosità dei giochi e specialisti nella prevenzione e nel trattamento del gioco problematico.



Sisal ritiene inoltre che sia fondamentale sottoporre il proprio Programma di Gioco Responsabile alla valutazione da parte di accreditati Enti terzi. Negli anni è stata certificata la conformità degli impegni assunti e implementati rispetto ai più alti standard internazionali stabiliti dalla European Lotteries (EL) in merito ai quali Sisal ha ottenuto, nel febbraio 2011, fra i primi operatori europei, un importante riconoscimento: la certificazione per il rispetto degli EL Responsible Gaming Standards in tema di Gioco Responsabile, confermata anche nel 2012.



Nel 2011 Sisal ha avviato anche il processo per l'ottenimento di un secondo importante riconoscimento da parte della World Lottery Association (WLA) che ha verificato e certificato l'impegno del Gruppo Sisal nella pianificazione, nello sviluppo e nell'implementazione del Programma di Gioco Responsabile finalizzato a tutelare i Giocatori in conformità con quanto previsto dagli elevati standard corrispondenti al massimo livello di certificazione (4°) del Responsible Gaming Framework della WLA, confermando in tal modo la posizione di Sisal quale azienda leader nel Gioco Responsabile nel contesto internazionale.

Il Programma di Gioco Responsabile

Di seguito vengono riassunti gli obiettivi del Programma di Gioco Responsabile di Sisal, nonché le Linee Guida per il raggiungimento degli obiettivi nelle nove aree di intervento – che corrispondono alle aree previste dagli European Responsible Gaming Standards della European Lotteries – e, con riferimento a ciascuna area, vengono presentate le azioni realizzate nel 2011 e gli impegni di sviluppo assunti per il 2012 e nel lungo periodo.

Obiettivi di sostenibilità sociale	<p>Diffondere, insieme al Regolatore e seguendone le Linee Guida, un modello di gioco sicuro, legale e responsabile.</p> <p>Consolidare e promuovere un modello di gioco quale forma di intrattenimento e divertimento sano ed equilibrato, declinato in tutti gli ambiti di attività di Sisal e condiviso con i portatori d'interesse individuati.</p>
Linee Guida	<p>Attuare e monitorare il divieto di gioco ai minori e non rivolgersi ai minori nella propria comunicazione commerciale.</p> <p>Promuovere studi e ricerche sulla prevenzione di forme di gioco in eccesso e favorirne la diffusione al fine di potenziare l'informazione e adottare misure protettive nei confronti dei Consumatori.</p> <p>Garantire la sicurezza dei sistemi e delle infrastrutture e fornire un ampio portafoglio di giochi per tutti i segmenti, in modo da prevenire la concorrenza di giochi non autorizzati.</p> <p>Offrire giochi innovativi previa valutazione del livello di rischiosità dei singoli giochi offerti, esaminando i nuovi giochi già nella fase di sviluppo e adottando gli opportuni accorgimenti per prevenire fenomeni di gioco in eccesso, e tutelare i Consumatori.</p> <p>Offrire una Comunicazione Responsabile in modo da permettere al Consumatore di fare una scelta consapevole e proteggere le categorie più vulnerabili.</p> <p>Disincentivare il gioco incontrollato o in eccesso e promuovere un'esperienza di gioco positiva quale forma di intrattenimento.</p> <p>Assicurare un supporto ai Giocatori.</p> <p>Formare, aggiornare e coinvolgere i Dipendenti e la Rete nel Programma di Gioco Responsabile.</p> <p>Coinvolgere i propri Stakeholder nell'attuazione del Programma di Gioco Responsabile e consolidare e ampliare un sistema di reporting con l'obiettivo di utilizzare i dati e le risposte per migliorare ulteriormente la strategia di Gioco Responsabile nel breve e nel lungo periodo.</p>

**Aree
di intervento
del
Programma**

1 Studi e Ricerche

2 Formazione del Personale

3 Programma di coinvolgimento della Rete Distributiva

4 Meccanismi di valutazione e monitoraggio del grado di rischiosità nello sviluppo dei giochi

5 Meccanismi di prevenzione, autosospensione e monitoraggio nei giochi a distanza

6 Assistenza e supporto al Giocatore

7 Educazione e sensibilizzazione dei Giocatori

8 Identificazione e rendicontazione degli indicatori di performance del Gioco Responsabile

9 Comunicazione Responsabile

Certificazioni

Sviluppo e aggiornamento costante del Programma di Gioco Responsabile e monitoraggio dello stesso attraverso Enti certificatori terzi che verificano la conformità degli impegni assunti.

Mantenimento certificazione EL.

Ottenimento massimo livello di certificazione WLA.

All'area della Comunicazione Responsabile (punto 9) è dedicata una sezione a parte alla fine del presente capitolo.

Le aree di intervento del Programma di Gioco Responsabile

1 Studi e Ricerche

Progetto di Ricerca "Giocare per Gioco": fase 1

Nell'agosto del 2011, in occasione del "Meeting per l'amicizia fra i popoli" di Rimini, è stato organizzato il convegno "Gioco: responsabilità e comunicazione" che ha presentato i risultati della prima fase del progetto di ricerca "Giocare per Gioco".

La ricerca, di durata triennale, è stata commissionata dalle Associazioni Acadi (Associazione Concessionari Apparecchi da Intrattenimento) e Giochi e Società, oltre che da Sisal e Lottomatica, ed è stata impostata e sviluppata anche in base alle indicazioni dell'Amministrazione Autonoma dei Monopoli di Stato (AAMS) in tema di gioco pubblico e responsabile.

La ricerca, condotta dalla Fondazione per la Sussidiarietà in collaborazione con l'Università Cattolica di Milano e il suo Centro per lo studio della moda e della produzione culturale (ModaCult), si pone l'obiettivo di monitorare correttamente la percezione, le tendenze evolutive e la considerazione sociale del gioco pubblico da parte del mondo giovanile.

La ricerca, avviata nel dicembre del 2010, ha prodotto nel primo anno risultati su tre temi di grande rilevanza:

- >> la comunicazione di prodotto dei principali Concessionari
- >> la comunicazione finalizzata al gioco pubblico responsabile
- >> la relazione fra gioco e socialità nella percezione dell'opinione pubblica giovanile

La ricerca è stata articolata in tre attività diverse: nella prima è stata analizzata la letteratura esistente riguardo al mondo del gioco, nella seconda si sono costituiti focus group che hanno sviluppato un'importante indagine sulle modalità di comunicazione dei diversi player e nella terza è stato attivato un blog di approfondimento, rivolto in particolare al mondo giovanile, incentrato sulle tematiche del gioco e della sua comunicazione.

L'analisi socio-semiotica della comunicazione di prodotto ha preso in considerazione numerosi spot o messaggi pubblicitari di Sisal, Lottomatica e dei principali Concessionari di gioco, individuando le "narrazioni" cui il Cittadino-Giocatore è esposto. Le diverse narrazioni (12 complessivamente: 5 per Sisal e Lottomatica, 7 per i loro competitor) hanno mostrato come gli operatori agiscano sull'immaginario dei Consumatori stimolando quattro aree (utopica, ludica, pratica e critica) con spot che mettono a tema le caratteristiche dei giochi, connotandole con immagini, valori e retoriche proprie di una (o più) delle quattro polarità. L'area di rischio per il Consumatore viene evidenziata nei messaggi che sovradimensionano la facilità della giocata o della vincita e, in maniera crescente, in quelli che tematizzano il gioco come professione e non come semplice attività ludica.

Successivamente è stata condotta un'indagine qualitativa, con l'obiettivo di rilevare la percezione, le reazioni e i valori associati al gioco e ai suoi protagonisti, attraverso alcuni focus group che hanno coinvolto giovani di età compresa fra i 18 e i 28 anni. Questi gruppi hanno fatto emergere differenti punti di vista, hanno individuato le tematiche relative al Gioco Responsabile ritenute più rilevanti e necessarie di approfondimento, ma soprattutto hanno consentito di individuare un'interessante serie di archetipi che ampliano la visione spesso stereotipata del comportamento dei Giocatori. I focus group hanno evidenziato l'ambivalenza del gioco, associato tanto a valori positivi quanto a valori negativi, in funzione delle pratiche attraverso cui gli attori

sociali lo vivono concretamente. È stato possibile tracciare una mappa degli atteggiamenti e delle pratiche di gioco, identificando 16 profili idealtipici di Giocatore sulla base della frequenza di gioco e del significato positivo/negativo attribuito a tale attività.

I risultati sono stati utilizzati come stimolo di discussione per il terzo step, avviato nel 2011, che ha approfondito le tematiche del gioco e le sue modalità di comunicazione attraverso un blog, attivato per favorire la partecipazione giovanile. Questo strumento, innovativo e interattivo, convoglia efficacemente le ipotesi creative e i contributi dei giovani allo sviluppo dei valori della responsabilità sia nella pratica che nella comunicazione dei giochi. I partecipanti al blog mostrano un atteggiamento molto flessibile nei confronti del gioco, identificandosi con diversi profili di Giocatore a seconda delle occasioni, e un atteggiamento critico nei confronti degli spot, ritenuti eccessivamente concentrati sul prodotto più che sulla promozione del Gioco Responsabile e, anche quando attenti al tema della responsabilità, sono risultati poco "appealing". Inoltre, si sono dimostrati estremamente sensibili al tema della destinazione degli introiti da gioco per "buone cause", per lo sviluppo del sistema Paese, ma anche per politiche pubbliche integrative o suppletive rispetto a quelle messe in atto dallo Stato. Quest'ultimo è ritenuto incoerente nell'atteggiamento nei confronti del gioco, contemporaneamente promosso e condannato nelle sue derive patologiche, mentre ai Concessionari viene riconosciuto l'impegno per la promozione di una cultura del Gioco Responsabile. Significativa è stata la richiesta di politiche di educazione al gioco all'interno delle scuole dell'obbligo.

La ricerca prosegue nel 2012 con una seconda edizione del blog e l'attivazione di un panel online di esperti con l'obiettivo di ampliare i punti di vista, metterli a confronto con quelli dei giovani, individuare temi e proposte da inserire nella discussione pubblica sul gioco e i suoi rischi.

Giancarlo Rovati, Professore Ordinario di Sociologia Generale presso l'Università Cattolica di Milano, osserva:

"In rapporto al tema principale della nostra ricerca è opportuno sottolineare che per adottare forme di comunicazione più responsabile nel settore del gioco-scommessa occorre una costante vigilanza non solo sulla qualità dei messaggi (evitando promesse illusorie e fuorvianti), ma anche sulla loro quantità al fine di ridurre l'evidente contrasto fra l'invito a "giocare il giusto", ovvero a giocare con moderazione, e la proliferazione, sui diversi media, di pubblicità di prodotto finalizzate a far giocare con più frequenza. Senza intervenire su questo aspetto l'invito al Gioco Responsabile risulterebbe inevitabilmente retorico e poco efficace."

Borsa di Ricerca O.N.Da – Sisal



Sisal ha finanziato, attraverso l'Osservatorio Nazionale sulla Salute della Donna (O.N.Da), una borsa di studio a favore di una giovane ricercatrice dell'Istituto di Psicologia del Fatebenefratelli di Milano, cattedra del Professor Claudio Mencacci, Direttore del Dipartimento di Neuroscienze dell'Azienda Ospedaliera Fatebenefratelli di Milano.


Il contenuto della ricerca riguarda l'individuazione di processi e di misure di prevenzione dei comportamenti di gioco in eccesso che gli operatori, la Comunità e le famiglie possono adottare per scongiurare l'insorgere del problema della dipendenza in soggetti a rischio. Un ulteriore obiettivo della ricerca è stata anche l'individuazione di fattori di rischio e di protezione individuali e la definizione di alcune aree d'intervento utili in un'ottica di prevenzione. La consegna della borsa O.N.Da – Sisal si è svolta nel gennaio 2011 con una cerimonia presso il Senato della Repubblica. I risultati della ricerca sono stati diffusi in Azienda e saranno comunicati entro la fine del 2012.²

² Cfr. www.ondaosservatorio.it/borsedistudio

Nel 2011, inoltre, Sisal ha consolidato il proprio impegno come membro attivo della European Lotteries partecipando a gruppi di lavoro e di formazione sul tema del Gioco Responsabile.

I risultati degli studi e delle ricerche contribuiscono a individuare eventuali aree di rischio e a definire le priorità di Sisal in tema di azioni finalizzate alla prevenzione di comportamenti di gioco in eccesso e alla promozione di comportamenti equilibrati e moderati.

Impegni 2012 — Area Ricerca



Ricerca O.N.Da – Borsa di studio a giovane psicologa del Fatebenefratelli di Milano	Diffusione dei temi emersi e dei risultati della ricerca entro fine 2012
Ricerca “Giocare per Gioco”	Utilizzo dei risultati della ricerca nella strategia di Gioco Responsabile del 2012 e prosecuzione del focus group nel 2012

2 Formazione del Personale

Nel 2011 Sisal ha coinvolto tutti i suoi Dipendenti, Dirigenti e Quadri in un programma di formazione in tema di CSR con specifico focus sul Programma di Gioco Responsabile e sulle Linee Guida di Sisal in tema di Comunicazione Responsabile.

Per quanto riguarda i Dirigenti e i Quadri, durante il percorso formativo, avvenuto in aula, sono stati condivisi: i risultati raggiunti nel Programma di Gioco Responsabile del 2010, la strategia del Programma del 2011, gli obiettivi prefissati, le responsabilità di attuazione e di proposizione di ciascun top manager e i criteri di etica e correttezza da sempre perseguiti dall’Azienda. Alle sessioni formative hanno partecipato, in qualità di relatori esterni, gli specialisti dell’Istituto di Psicologia del Fatebenefratelli di Milano, cattedra del Professor Claudio Mencacci, Direttore del Dipartimento di Neuroscienze dell’Azienda Ospedaliera Fatebenefratelli di Milano, con una relazione sul fenomeno del gioco patologico (GAP) e sui relativi criteri di prevenzione del fenomeno.

Per quanto riguarda i Dipendenti la formazione è avvenuta attraverso moduli online dedicati al tema del Gioco Responsabile con un questionario finale di valutazione e spazio per i commenti e il dialogo con l’area CSR di Sisal.

Sono state organizzate anche sessioni di formazione del personale addetto al Call Center di Sisal (Milano e Roma).

La CSR Unit, formata da Dipendenti Sisal appartenenti alle varie aree di business, ha lavorato all’individuazione di criteri e indicatori di performance e alla raccolta di dati per rendere sempre più trasparente il processo di rendicontazione e i risultati delle azioni di Gioco Responsabile attuate da Sisal.

Nel corso del 2011 Sisal ha scelto di coinvolgerli nella stesura del presente Rapporto Sociale. Fra le iniziative realizzate, è stato creato nella intranet WeSisal un blog di Gioco Responsabile dove è stato posto il quesito: *In una parola, che cos’è per voi il Gioco Responsabile?* Oltre un centinaio di Dipendenti ha risposto con entusiasmo individuando le parole chiave. Alcune di queste sono riportate nella pagina seguente.

Autocontrollo >
Equilibrio > **Consapevolezza** >
Prevenzione dei rischi > **Misura** >
Coscienza > **Gioca il Giusto** >
Gioca con la Testa > **Divertimento Sano** >
Sostenibilità > **Controllo** >
Moderazione > **Sobrietà**
Serenità > **Onestà** >
Intrattenimento

Impegni 2012 — Area Personale



Condividere con i Dipendenti i dati delle ricerche e i risultati ottenuti attraverso il processo di rendicontazione svolto su tutte le aree aziendali

Incontri in aula, blog e intranet WeSisal

Coinvolgere i Dipendenti per ciascuna area nella pianificazione delle azioni e nelle scelte del Programma di Gioco Responsabile 2012 e di lungo periodo

Incontri in aula, blog e intranet WeSisal

3 Programma di coinvolgimento della Rete Distributiva

Sisal ritiene che il punto vendita sia un canale strategico per la sensibilizzazione e diffusione di comportamenti di gioco corretti in virtù del contatto diretto fra Gestore e Giocatore. Per questo Sisal considera prioritario il coinvolgimento dei Ricevitori che avviene attraverso una piattaforma di formazione sviluppata sul portale dei Ricevitori, l'elaborazione e la realizzazione di una campagna informativa ad hoc con focus sul divieto di gioco ai minori e sugli strumenti di attuazione del divieto – anche attraverso gli sketch di Mr. GiG, personaggio ludico e divertente che diffonde il messaggio “Gioca il Giusto” – e attraverso moduli formativi obbligatori e approfondimenti facoltativi in tema di Gioco Responsabile che offrono consigli pratici ai Ricevitori per identificare e fornire supporto ai Giocatori e/o alla Comunità di riferimento.

La Rete Sisal, inoltre, viene costantemente coinvolta attraverso un forum dedicato, diffuso attraverso la pubblicazione del periodico “Mondo Sisal” e il portale dei Ricevitori.

Impegni 2012 — Area Rete Distributiva



Diffusione del video per il Giocatore con i concetti chiave di Gioco Responsabile che sottolineano il divieto di gioco ai minori	Sessioni di formazione ai Ricevitori e condivisione alla Rete tramite SisalTV e i siti web di Sisal
Pubblicazione di opuscoli con il "Decalogo del Giocatore Responsabile"	Diffusione del materiale alla Rete e spiegazione
Sessioni obbligatorie e facoltative di coinvolgimento della Rete attraverso la piattaforma formativa interattiva	Forum dei Ricevitori, portali con tracciabilità dei risultati e dei suggerimenti per il Programma 2012, blog dal titolo "Conosci le regole del gioco?" e l'invito a condividere via email la propria esperienza in Azienda sul portale dei Ricevitori

4 Meccanismi di valutazione e monitoraggio del grado di rischiosità nello sviluppo dei giochi

In conformità agli European Responsible Gaming Standards di EL in tema di Gioco Responsabile, Sisal ha adottato una procedura che prevede l'utilizzo di uno strumento appositamente sviluppato per elaborare una precisa valutazione del rischio sociale di ciascun nuovo gioco prima della sua introduzione sul mercato. L'obiettivo è quello di definire gli elementi e i criteri di protezione a tutela dei Giocatori e adottare le strategie utili a evitare eventuali rischi.

Dal 2010 Sisal è infatti licenziataria GAM-GaRD, strumento di valutazione del rischio sviluppato da un team di psicologi e ricercatori internazionali che analizza le caratteristiche strutturali del gioco (per esempio: durata, vincite massime, cadenza delle estrazioni, etc.) e i suoi elementi (per esempio: accessibilità dei luoghi di gioco, orari, etc.) secondo criteri elaborati e testati da un panel di esperti mondiali. GAM-GaRD consente di associare in maniera univoca un punteggio a ogni elemento. La somma finale dà come risultato l'indice di rischio complessivo del gioco, segnalando eventuali elementi potenzialmente problematici su cui l'Azienda può elaborare le strategie più efficaci per tutelare il Giocatore con particolare riferimento ai soggetti più vulnerabili.

a. Metodo di valutazione e di analisi



La valutazione del rischio attraverso lo strumento GAM-GaRD implica diversi passaggi:

- Step 1 – Definizione delle caratteristiche del gioco oggetto di analisi
- Step 2 – Valutazione di ogni caratteristica
- Step 3 – Analisi dei risultati
- Step 4 – Suggerimenti
- Step 5 – Report Finale

b. Risultati raggiunti

Nel 2011 tutti i Giochi Numerici a Totalizzatore Nazionale (GNTN) di Sisal hanno avuto una valutazione positiva poiché nessuno di essi è risultato rischioso per il Giocatore.

c. Formazione

Sisal ha anche aderito a training specifici, tenuti dagli sviluppatori di GAM-GaRD presso l'Azienda, sull'analisi delle procedure e dei metodi di utilizzo dello strumento.

Impegni 2012 — Area valutazione e monitoraggio del grado di rischio nello sviluppo dei giochi



Utilizzare GAM-GaRD in relazione all'intero portafoglio dei giochi offerti o sviluppati da Sisal

Analisi dei livelli di rischio dell'intero portafoglio di giochi offerti o sviluppati da Sisal attraverso lo strumento GAM-GaRD

Utilizzo dei risultati ottenuti con lo strumento GAM-GaRD a integrazione della strategia e del Programma di Gioco Responsabile 2012

5 Meccanismi di prevenzione, autosospensione e monitoraggio nei giochi a distanza

Sisal offre ai propri Giocatori l'opportunità di giocare a distanza attraverso i portali e i siti dell'Azienda utilizzando le tecnologie più avanzate per garantire modalità di gioco sicure, legali e consapevoli.

Per evitare che i minori si registrino ai portali attraverso l'apertura di conti di gioco, Sisal applica una serie di controlli incrociati relativi alla data di nascita e al codice fiscale. Per ultimare la registrazione è richiesto anche l'invio di una copia di un documento d'identità, oltre a una copia del codice fiscale o della carta regionale dei servizi.

Per quanto riguarda i giochi a distanza, Sisal si è distinta da subito nell'adeguamento di tutti i sistemi di gioco alle best practice previste dalla nuova normativa italiana in tema di Gioco Responsabile prevedendo, direttamente sui siti di gioco, strumenti e misure di autolimitazione e autoesclusione che permettono al Giocatore di definire il proprio profilo di gioco preventivamente, prima di poter accedere alla fase di gioco, così da giocare consapevolmente ed entro i propri limiti.

Impegni 2012 — Area prevenzione, autosospensione e monitoraggio nei giochi a distanza



Rafforzare i meccanismi di prevenzione online

Aggiornamento costante della sezione "Gioca il Giusto" nei siti di gioco

6/7 Educazione e sensibilizzazione dei Giocatori e assistenza e supporto al Giocatore

Educazione e sensibilizzazione dei Giocatori

Evitare che il gioco si trasformi in patologia non solo è un dovere di ogni Concessionario dello Stato, ma è anche parte della radicata etica professionale di Sisal. Per questo, in accordo con AAMS, Sisal offre un gioco legale e sicuro nella più totale trasparenza nei confronti del Giocatore anche attraverso campagne di informazione sul Gioco Responsabile e di prevenzione della dipendenza da gioco.

Sebbene il contesto sociale e personale siano fattori determinanti per la corretta percezione e fruizione dell'offerta di gioco da parte dei Consumatori, anche il singolo operatore può svolgere un ruolo importante e Sisal intende farsi carico della responsabilità di educare e indirizzare i propri Giocatori sui temi di Gioco Responsabile attraverso il messaggio "Gioca il Giusto", presente su tutti i materiali distribuiti nelle circa 46.600 ricevitorie della propria Rete e in tutti i siti internet.

Sisal, inoltre, aiuta i Giocatori a identificare e prevenire la dipendenza da gioco attraverso il "Decalogo del Giocatore", elaborato con il supporto dell'Istituto di Psichiatria dell'Ospedale Fatebenefratelli di Milano, e la diffusione di informazioni e consigli pratici pubblicati su appositi opuscoli e consultabili su tutti i siti internet di Sisal.

GIOCA IL GIUSTO

IL GIOCO È BELLO QUANDO GIOCHI IL GIUSTO

IL 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 i 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.



Scopri che giocatore sei su www.sisal.com

**È severamente vietato il gioco
ai minori di anni 18.**

Articolo 24, commi 20, 21 e 22 del D. L. 6 luglio 2011 n. 98 convertito nella legge 15 luglio 2011 n. 111.



Il segno sul sogno degli italiani.



Focus sulla tutela dei minori

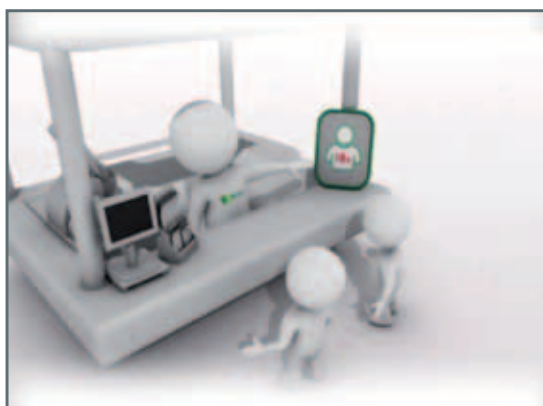


Sisal pone fra gli obiettivi prioritari del Programma di Gioco Responsabile, con riferimento a tutte le aree di attività sopra elencate, la tutela dei minori che declina a più livelli:

1. Il Codice Etico di Sisal, consultabile sul sito www.sisal.com, prevede:
Per quanto il gioco abbia una connotazione di emozione positiva, la Società non consente di giocare ai minori di 18 anni al fine di evitare il rischio che tali soggetti, alla ricerca di nuove emozioni, assumano comportamenti e abitudini di gioco non sane.

In particolare, Sisal impone lo stesso impegno ai propri Ricevitori vincolati al rispetto del Codice Etico:

A tale fine la Società ha dato disposizioni alla Rete di vendita di non accettare richieste di gioco da parte di minori di 18 anni. Gli esercenti dei punti vendita, in caso di dubbi sull'età del cliente, devono richiedere un documento d'identità.



Tre frame del video di Mr. GIG che sviluppa il concept di divieto di gioco ai minori

Per quanto riguarda la vendita a distanza:

Sisal ha altresì predisposto strumenti di controllo per impedire a un minore di giocare utilizzando i nuovi canali di vendita a distanza quali, a titolo di esempio, il gioco via internet.

2. Il Sistema Sanzionatorio di Sisal (Modello Organizzativo ex D.Lgs. 231/01) prevede all'art. 5 (pag. 6):

La Società adotterà nei confronti di collaboratori, consulenti e partner in genere, per le violazioni al proprio Codice Etico da questi commesse, i provvedimenti di volta in volta previsti nei relativi contratti vigenti tra le parti e consistenti nella:

- *risoluzione del contratto per inadempimento;*
- *in casi particolari, applicazione di penale, salva la risarcibilità del maggior danno.*

Inoltre:

L'Organo di Vigilanza avrà la facoltà di compiere le indagini e le verifiche ritenute opportune a seguito di segnalazioni di possibili violazioni del Codice Etico o a seguito di provvedimenti dell'Autorità Giudiziaria. I collaboratori, consulenti e partner dovranno collaborare in modo pieno e trasparente con l'Organo di Vigilanza e fornire allo stesso le informazioni richieste.

3. Il Contratto per punto di vendita fisico dei Giochi Numerici a Totalizzatore Nazionale (GNTN) prevede all'art. 21 un vincolo specifico per il Ricevitore nel rispetto del Codice Etico:

Il Ricevitore dichiara di aver preso atto del Codice Etico adottato da Sisal la cui osservanza costituisce parte essenziale delle obbligazioni assunte con la sottoscrizione del presente contratto. Eventuali violazioni del predetto Codice Etico potranno, pertanto, determinare, nei casi più gravi, la risoluzione del presente contratto, nonché il risarcimento dei danni eventualmente subiti dalla stessa Sisal.

4. Su tutte le schedine di gioco è riportato il logo 18+, così come su tutte le campagne pubblicitarie di Sisal.

5. Online: per aprire un conto di gioco è richiesta l'indicazione dell'età (che deve essere maggiore dei 18 anni) e la policy dell'Azienda prevede anche l'invio della copia del documento di identità con verifica dell'età da parte di Sisal.

6. Per garantire un'efficace applicazione dei principi enunciati dal Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale – emanato dall'Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria (IAP) e adottato da Sisal – e per assicurare un modello di Gioco Responsabile, Sisal ha elaborato alcune Linee Guida in materia di comunicazione commerciale e le ha applicate nella propria policy di Comunicazione Responsabile. Tra queste assume particolare rilevanza l'impegno assunto da Sisal nelle proprie comunicazioni commerciali: *evitare di rivolgersi o fare riferimento, anche indiretto, ai minori di 18 anni, al fine di evitare il rischio di uso e abuso da parte dei minori.*

Le attività sopra elencate relative alla tutela dei minori sono state sviluppate anche sulla base di quanto stabilito dall'art. 1, comma 70, Legge di Stabilità 13/12/2010 n. 220 (pubblicata nella G.U. n. 297 21/12/2010).

Impegni 2012 — Tutela dei minori



Rafforzare il proprio impegno nella diffusione del messaggio di divieto di gioco ai minori nella comunicazione commerciale

Inserimento di un messaggio esplicito nelle campagne pubblicitarie, nelle schedine di gioco e nel materiale informativo con la dicitura "Il gioco è vietato ai minori di 18 anni"

Assistenza e supporto al Giocatore

Dal 2010 Sisal si avvale della competenza del Dipartimento di Psichiatria diretto dal Professor Claudio Mencacci dell'Ospedale Fatebenefratelli di Milano con l'obiettivo di fornire un servizio di prevenzione e di supporto al Giocatore.

Gli operatori del Call Center di Sisal sono stati formati da medici specializzati del Fatebenefratelli per prestare un servizio di prima assistenza e indirizzamento sui temi di Gioco Responsabile. Attraverso i propri operatori Sisal offre un servizio di Help Desk, aperto 24h su 24, chiamato "Un aiuto sincero". Inoltre, in giorni e fasce orarie prestabiliti l'Azienda mette a disposizione dei Giocatori problematici o a rischio anche un servizio di supporto telefonico, "L'esperto risponde", direttamente collegato all'Ospedale Fatebenefratelli (si veda la sezione "Gioca il Giusto" di tutti i siti web di Sisal), disponibile anche online.

Per chi vuole saperne di più c'è "Un aiuto sincero", un servizio sviluppato da Sisal, disponibile via telefono (numero verde 800.778.866) e anche online (giocailgiusto@sisal.it).

Un supporto scientifico è "L'esperto risponde", il servizio che prevede un'assistenza diretta al giocatore da parte dei clinici dell'Istituto Fatebenefratelli di Milano attraverso il numero gratuito dedicato 800.974.487 (dalle 12.00 alle 14.00 di lunedì, martedì e giovedì) e online (gioco.sicuro@fbf.milano.it).

Il programma "Gioca il Giusto" non finisce qui, ma cresce con il tuo aiuto. Ogni consiglio e suggerimento sono preziosi. Segnalaci il tuo punto di vista all'indirizzo mail giocailgiusto@sisal.it

In tutti i siti internet di Sisal e in tutte le sale Wincity è disponibile inoltre il test di autovalutazione "Che giocatore sei?", elaborato dagli specialisti dell'Istituto di Psichiatria dell'Ospedale Fatebenefratelli per permettere ai Giocatori di verificare il proprio approccio al gioco.

Impegni 2012 — Area Giocatore

Diffusione del video con i concetti chiave di Gioco Responsabile che sottolineano il divieto di gioco ai minori	Condivisione alla Rete tramite SisalTV e i siti internet di Sisal
Diffusione di materiali informativi sul tema "Conosci le regole del gioco?"	Condivisione online e invio del materiale alla Rete
Nuova revisione del test di autovalutazione "Che giocatore sei?" e verifiche risultati (anonimi)	Diffusione del test a tutta la Rete in modo che i Giocatori possano prenderne visione

Identificazione e rendicontazione degli indicatori di performance del Gioco Responsabile

Coerentemente con gli impegni presi e a supporto del Programma di sostenibilità sociale, Sisal ha sviluppato un sistema di rendicontazione attraverso un processo che ha portato all'individuazione dei parametri e alla loro rilevazione e che ha coinvolto la CSR Unit coordinata dal CSR Manager.

Il processo adottato ha previsto la programmazione di incontri periodici, tenuti da luglio a dicembre 2011, durante i quali la CSR Unit ha individuato gli indicatori sensibili per ogni area. Una volta identificati, si è proceduto alla loro rilevazione ed è stata definita la procedura di rendicontazione formalizzata in un documento denominato "Reporting Responsible Gaming e GRI (Global Reporting Initiative)", strutturato secondo il formato proprio del sistema documentale Sisal relativo alla Certificazione ISO 9001:2008.

La rilevazione degli indicatori viene effettuata con cadenza semestrale da parte dei referenti di ogni area, secondo le modalità descritte nella procedura sopra citata.

I dati consuntivati vengono inviati al CSR Manager che provvede alla loro raccolta in tabelle a disposizione delle varie funzioni aziendali che le possono utilizzare per monitorare le attività di propria competenza che hanno una ricaduta sulle politiche di Responsabilità Sociale. Le tabelle fanno riferimento alle aree previste dagli European Responsible Gaming Standards della European Lotteries e agli indicatori rilevati per ogni area.

Infine, il 14 e il 16 dicembre 2011 è stato effettuato l'audit dei dati rilevati e del processo di rilevazione da parte di un auditor esterno che ne ha attestato la conformità rispetto alla procedura prevista e la correttezza e attendibilità dei risultati.

La Comunicazione Responsabile



Sisal considera fondamentale il pieno supporto e l'approvazione della Comunità in cui opera e pone la tutela del Giocatore al centro del proprio Piano di sostenibilità sociale che si basa su direttrici strategiche volte ad anticipare i cambiamenti del mercato e della Comunità di riferimento attraverso il dialogo e il coinvolgimento dei suoi principali Stakeholder. L'obiettivo è quello di mantenere e rafforzare ulteriormente la consolidata reputazione, basata sulla propria etica professionale, di operatore responsabile e affidabile.

In quest'ottica, nel 2010 l'Azienda ha adottato specifiche Linee Guida, attuate nel 2011, in materia di Comunicazione Responsabile fondate sulla consapevolezza che la comunicazione commerciale svolge un ruolo particolarmente utile nel processo di sostenibilità sociale ed economica e deve pertanto essere ispirata a criteri di responsabilità, in particolare per quanto riguarda l'impatto sul Consumatore.

Sisal ha scelto di applicare le proprie Linee Guida a tutta la comunicazione commerciale – pubblicitaria, promozionale e istituzionale – rivolta alla vendita di beni o servizi.

In conformità ai principi del Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale – emanato dall'Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria (IAP) – e agli standard della European Lotteries, il contenuto delle Linee Guida si focalizza sull'impegno di diffondere comunicazioni commerciali oneste, veritiere, corrette e coerenti con l'esigenza sociale di promuovere modalità di gioco ispirate a misura, correttezza, legalità, responsabilità a tutela non solo del "Con-

sumatore” ma anche della “persona”, della sua vita familiare, lavorativa e sociale, proteggendo così i Giocatori dai rischi connessi a comportamenti di gioco in eccesso.

I principi che ispirano queste regole sono di veridicità e lealtà al fine di evitare rappresentazioni che possano indurre in errore i Consumatori – anche per mezzo di omissioni, ambiguità o esagerazioni non palesemente iperboliche –, in particolare per quanto riguarda le caratteristiche e gli effetti del prodotto.

Sisal si impegna inoltre a indurre i destinatari dei propri messaggi a osservare le normali regole di prudenza e a mantenere il senso di vigilanza e di responsabilità ai sensi di quanto previsto dal Codice dell’Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria.

Impegni 2012 — Area Comunicazioni commerciali

Promozione di regole di settore che assicurino una concorrenza leale nel mercato a beneficio e tutela del Consumatore	Coinvolgimento dei principali Stakeholder e concorrenti per l’elaborazione di un Codice di Comunicazione condiviso
Monitoraggio interno preventivo delle comunicazioni	Verifica delle comunicazioni e delle campagne pubblicitarie e rafforzamento del processo interno di approvazione della comunicazione commerciale da parte di tutte le funzioni aziendali coinvolte

Linee guida del Gruppo Sisal sulla Comunicazione Commerciale

- ▣ Evitare di incoraggiare modalità di gioco in eccesso o incontrollate e foriere di sfociare in comportamenti discriminatori, violenti, immorali o Illegali.
- ▣ Evitare di rappresentare situazioni di attaccamento morboso al gioco e, in generale, di dipendenza o che inducano a ritenere che il ricorso al gioco possa risolvere problemi personali ed in particolare risolvere problemi economici/finanziari.
- ▣ Evitare di utilizzare riferimenti alla superstizione o a caratteristiche terapeutiche nei propri messaggi.
- ▣ Evitare di rivolgersi o fare riferimento, anche indiretto, ai minori di anni 18 (al fine di evitare il rischio di uso e abuso da parte dei minori) e ad altre categorie vulnerabili (in relazione allo status sociale o a capacità e abitudini di gioco).
- ▣ Evitare di incoraggiare comportamenti o messaggi discriminatori.
- ▣ Evitare di indurre il pubblico a ritenere che il fatto di non giocare comporti una condizione di inferiorità fisica, psicologica o sociale.
- ▣ Evitare di rappresentare come valori negativi la moderazione e la limitazione o l’astensione dal gioco.
- ▣ Evitare di indurre il pubblico a credere che il gioco sia un’alternativa al lavoro.

- ▣ Evitare di indurre il pubblico a trascurare le differenti modalità di gioco e i differenti limiti che è necessario considerare in relazione alle caratteristiche dei singoli prodotti e alle condizioni personali del Giocatore.
- ▣ Evitare di invitare direttamente a giocare attraverso l'utilizzo di imperativi.
- ▣ Evitare di suggerire o far credere che se si gioca la vincita è certa se non è veritiero.
- ▣ Non offrire irragionevoli incentivi volti a fidelizzare i giocatori legati al concetto che si vinca di più giocando di più.
- ▣ Consentire ai giocatori di riconoscere agevolmente i giochi di abilità da quelli di fortuna e segnalare i giochi in cui la vincita è esclusivamente legata al caso.
- ▣ Non adottare messaggi ingannevoli (anche tramite omissioni o ambiguità) e fornire informazioni complete relative ai prodotti, ai premi e alle probabilità di vincere/perdere (a titolo esemplificativo e non esaustivo, inserendo la dicitura "fino a" nel caso di Giochi Numerici a Totalizzatore Nazionale, in cui le vincite sono ripartite).
- ▣ Indicare in modo inequivoco la durata e il periodo di riferimento nel caso di utilizzo di dati statistici o scientifici.
- ▣ Evitare di indurre in errore sulle prestazioni del prodotto o servizio oggetto della comunicazione commerciale e/o sul grado di abilità necessario per utilizzare il prodotto e sull'entità della spesa. In ogni caso, non minimizzare il prezzo del prodotto o far credere che il suo acquisto sia normalmente compatibile con qualsiasi bilancio familiare.
- ▣ Non cooperare con o supportare link o collegamenti con altre società la cui attività consista nell'erogare prestiti veloci che possano essere immediatamente utilizzati per finalità legate al gioco e in particolare non precedere e/o seguire a comunicazioni commerciali di società che erogano prestiti veloci.



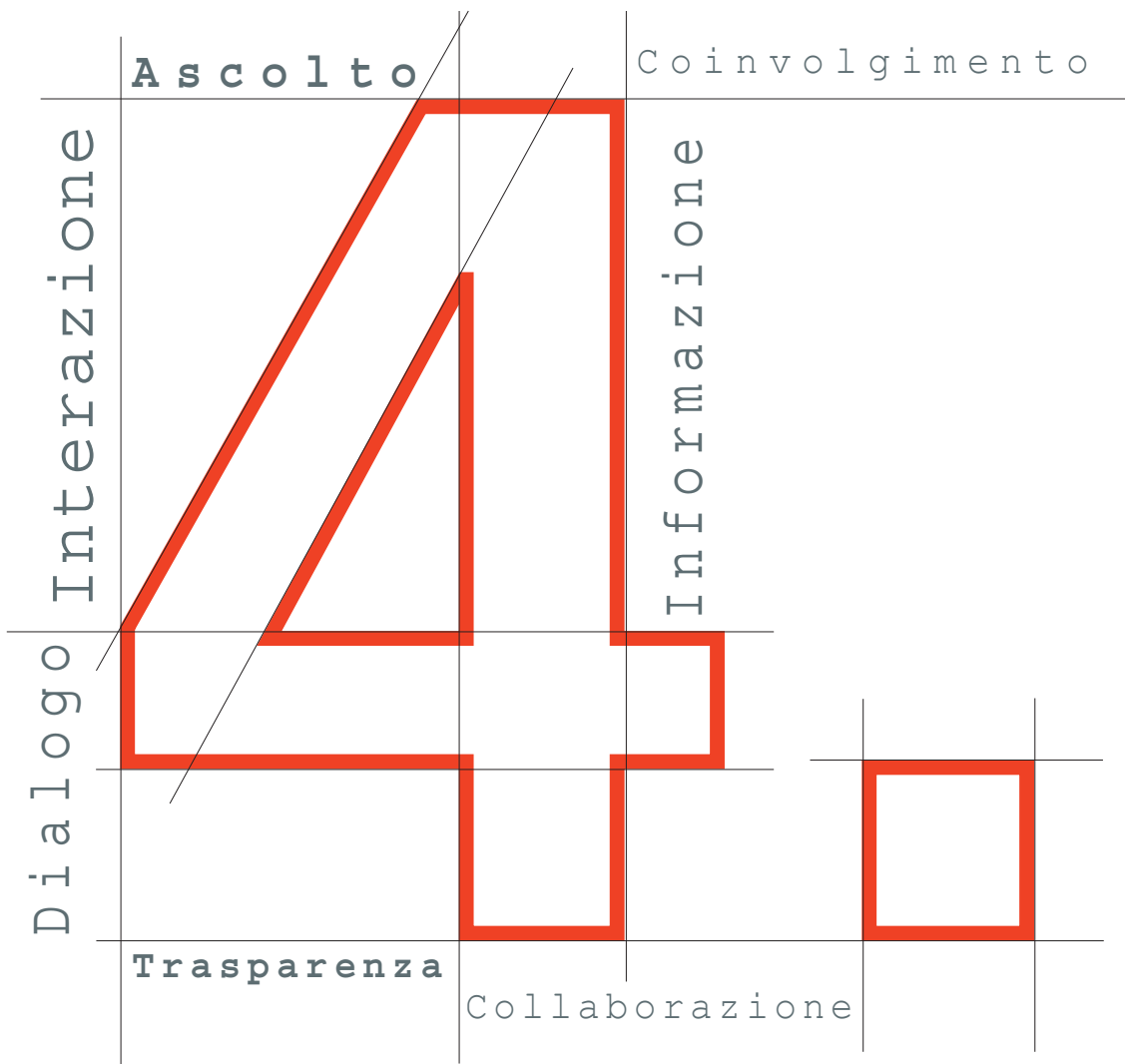
Luciano Barale
Equilibrio
2011
carta

4. LA SOSTENIBILITÀ SOCIALE: LA RELAZIONE CON GLI STAKEHOLDER



4. LA SOSTENIBILITÀ SOCIALE:

LA RELAZIONE CON GLI STAKEHOLDER



Sisal ha adottato il modello di Stakeholder Engagement per coinvolgere attivamente tutti i portatori d'interesse ed essere in costante dialogo con loro. L'Azienda, convinta della necessità di coniugare la creazione di valore sostenibile con gli interessi degli Stakeholder, adotta un approccio che ricerca una crescita sostenibile bilanciando gli interessi e le aspettative di tutti i soggetti con cui interagisce.

Il modello di Stakeholder Engagement

3 Robert Edward Freeman, filosofo e professore di Business Administration presso la Darden School of Business dell'Università della Virginia, ha formulato la teoria degli Stakeholder nel suo libro del 1984 *Strategic Management: A Stakeholder Approach*

Con il termine "stakeholder" Robert Edward Freeman³ indica "tutti gli individui e i gruppi ben identificabili che possono influenzare o essere influenzati dall'attività dell'organizzazione in termini di prodotti, politiche e processi lavorativi".

Sisal si è dotata di una metodologia ispirata al modello di Stakeholder Engagement elaborato dallo United Nations Environment Programme (UNEP) che è costituito da 3 fasi:

- >> Mappatura degli Stakeholder
- >> Analisi del livello di coinvolgimento
- >> Sviluppo del piano di coinvolgimento

Gli Stakeholder di Sisal possono essere identificati in dieci grandi gruppi: Ente Regolatore (AAMS) e Istituzioni; Azionisti; Banche e Comunità finanziaria; Risorse Umane; Rete Sisal; Consumatori Sisal; Business Partner; Associazioni; Ambiente; Comunità.

Allo Stakeholder "Comunità" è dedicata una trattazione a sé in considerazione dell'ampiezza e della rilevanza delle azioni realizzate da Sisal in quest'area e viene presentata nel capitolo successivo.

Sisal è convinta della necessità di coniugare la creazione di valore sostenibile con gli interessi dei propri Stakeholder: adotta infatti un approccio che ricerca una crescita sostenibile e duratura basata il più possibile sull'equo temperamento degli interessi e delle aspettative di tutti coloro con cui interagisce.

Sisal è in costante dialogo con tutti i suoi portatori di interesse: lo stesso Rapporto Sociale rappresenta uno strumento fondamentale di comunicazione su temi che riguardano la sostenibilità economica, sociale e ambientale dell'Azienda.

Nel 2011 l'Azienda ha avviato diverse attività che prevedono, per ogni Stakeholder, i seguenti livelli di coinvolgimento: INFORMARE, ASCOLTARE, CONSULTARE, COINVOLGERE, COLLABORARE.

L'Ente Regolatore e le Istituzioni

AAMS

Engagement nei confronti di AAMS

INFORMARE: Sito Istituzionale
Rapporto Sociale

ASCOLTARE: Meeting specifici

CONSULTARE: Consultazione per problematiche relative al settore dei giochi (campagne di comunicazione, nuovi prodotti, etc.)

COINVOLGERE: Condivisione preventiva di iniziative aziendali di business e di Responsabilità Sociale

COLLABORARE: Partecipazione a gruppi di lavoro
Supporto nello sviluppo di progetti

In Italia la funzione di controllo dei giochi e di attività di Governance è esercitata dall'Amministrazione Autonoma dei Monopoli di Stato (AAMS); di conseguenza la relazione con AAMS è costante e centrale nell'attività del Gruppo Sisal.

In particolare, Sisal, direttamente o tramite altre Società del Gruppo, opera come Concessionario di AAMS per quanto riguarda la raccolta, sia nelle ricevitorie che nei punti vendita specializzati, dei giochi tradizionali – quali SuperEnalotto, Vinci per la vita - Win for Life e SiVinceTutto SuperEnalotto, il nuovo gioco lanciato nell'aprile 2011 – nell'ambito della concessione dei Giochi Numerici a Totalizzatore Nazionale (GNTN), nonché di Tris, Totocalcio, Totogol, Big Match. Grazie a ulteriori specifiche concessioni, il Gruppo Sisal offre anche scommesse ippiche e giochi online nell'ambito delle scommesse a quota fissa. Inoltre, dal luglio 2004, è Concessionario di AAMS per la gestione della rete telematica degli apparecchi da intrattenimento NewSlot.

Come si legge nella presentazione istituzionale "AAMS. Il Governo dei Giochi" (2008):

L'Amministrazione Autonoma dei Monopoli di Stato svolge l'attività amministrativa diretta alla regolazione e al controllo dell'intero comparto dei giochi, avendone acquisito, alla luce delle evoluzioni normative, le funzioni statali, pur mantenendo alcune delle tradizionali competenze sui prodotti derivanti dalla lavorazione del tabacco.

La ragion d'essere della presenza dello Stato, sia nel comparto dei giochi che dei tabacchi, si caratterizza nell'assicurare un gettito erariale a un livello compatibile con la tutela degli altri interessi pubblici rilevanti: la tutela dei consumatori e il contrasto all'illegalità. Non meno rilevante è il ruolo volto a favorire lo sviluppo di attività economiche, di produzione e distribuzione, che sono ormai significative in termini di creazione di ricchezza e di occupazione. Nel comparto dei giochi AAMS assolve al proprio ruolo disegnando le linee guida per una dinamica e razionale evoluzione del settore e verificando costantemente la regolarità del comportamento degli operatori. Inoltre interviene nel contrasto di ogni fenomeno illegale e agisce al fine di garantire l'ottimizzazione del gettito erariale di competenza. [...]

Il contrasto al mercato illegale deve esercitarsi con l'uso combinato di due strumenti: la regolarizzazione e la repressione. La scelta di AAMS consiste nel puntare con decisione sulla

prevenzione – in primo luogo attraverso l’ampliamento e la qualificazione dell’offerta, quanto più possibile allineata alle richieste dei Consumatori –, senza comunque rinunciare ad azioni repressive mirate.

In questo senso particolarmente significativa è l’iniziativa, condotta in collaborazione con il Ministero delle Comunicazioni, che regola le modalità tecniche per inibire l’accesso alla rete internet dei siti che propongono giochi in assenza di alcun titolo concessorio o autorizzatorio. Con il Decreto di “inibizione dei siti di gioco non autorizzati” AAMS ha dato attuazione alle disposizioni contenute nell’art. 1 della Legge Finanziaria 2006 con lo scopo di contrastare le truffe online connesse al gioco d’azzardo tramite l’inibizione all’accesso da parte degli utenti a oltre 4.000 siti internet (l’elenco dei siti oscurati è pubblicato sul sito istituzionale di AAMS e costantemente aggiornato).

Oltre all’attività di contrasto ai siti di gioco illegale, AAMS realizza per i Giocatori campagne di informazione e diffusione delle regole e degli eventuali rischi di gioco, con particolare riguardo alla tutela delle fasce deboli e, soprattutto, dei minori.

L’attività dell’Amministrazione è stata – e continua a essere – particolarmente attenta nei confronti dei minori: l’obiettivo è quello di trasmettere ai giovani il messaggio fondamentale che non è consentito in alcun modo giocare prima di aver compiuto 18 anni e che, una volta raggiunta la maggiore età e quindi la possibilità di avvicinarsi al gioco, esso non dovrà in nessun caso diventare una ragione di vita, ma dovrà limitarsi a un momento di divertimento e di intrattenimento. L’approccio deve sempre fondarsi sulla misura e sull’equilibrio in modo da evitare ricadute patologiche e generare una coscienza di gioco “legale e responsabile”.

Sisal condivide pienamente gli obiettivi di AAMS facendoli propri: insieme promuovono una cultura di gioco trasparente, legale e sicuro, adoperandosi perché questo messaggio importante sia costantemente portato all’attenzione del pubblico attraverso le proprie azioni di comunicazione e il supporto della tecnologia.



Il logo istituzionale di AAMS conferma il richiamo forte e costante del messaggio istituzionale volto a rafforzare:

1. Legalità e sicurezza, requisiti imprescindibili che devono caratterizzare il settore del gioco pubblico, con il duplice scopo di rendere ancora più facilmente riconoscibili i prodotti di gioco autorizzati dallo Stato e rendere ancora più efficace l’azione di contrasto al gioco irregolare.
2. Responsabilità Sociale dell’Amministrazione, che svolge il ruolo di Governance, nonché responsabilità del Giocatore, per un approccio al gioco misurato, moderato e compatibile.

Nell’ottica di perseguire gli obiettivi sopra indicati e nella volontà di rendere più efficiente l’azione di contrasto al gioco gestito e praticato in forme, modalità e termini diversi da quelli propri del gioco lecito e sicuro, il 21 dicembre 2010 è stata pubblicata sulla Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana la legge 13 dicembre 2010, n. 220 (intitolata “Disposizioni per la formazione del bilancio annuale pluriennale dello Stato – Legge di stabilità 2011” e in vigore dal 1° gennaio 2011) che, dal comma 64 al comma 82, reca disposizioni di notevole importanza con riferimento al settore dei giochi e delle scommesse. In particolare, queste disposizioni consistono:

- a) nel contrasto al gioco illegale e irregolare (“l’azione per il contrasto del gioco gestito e praticato in forme, modalità e termini diversi da quelli propri del gioco lecito e sicuro”) e

nella protezione dell'ordine e sicurezza pubblica ("dell'ordine pubblico, della lotta contro [...] le infiltrazioni della criminalità organizzata nel settore dei giochi");

- b) nella riaffermazione della riserva allo Stato e del monopolio in materia di giochi e scommesse di cui all'art. 1 decreto legislativo 14 aprile 1948, n. 496 ("in funzione del monopolio statale in materia di giochi di cui all'art. 1 del decreto legislativo 14 aprile 1948, n. 496, ratificato dalla legge 22 aprile 1953, n. 342") attraverso il potenziamento del ruolo e dei compiti attribuiti all'Amministrazione Autonoma dei Monopoli di Stato (AAMS);
- c) nella tutela dei Consumatori e, in particolare, dei minori ("l'azione per la tutela dei consumatori, in particolare minori di età [...] della lotta contro il gioco minorile") che, al comma 70, prevede l'adozione, con decreto interdirigenziale, di "linee d'azione" per la prevenzione, il contrasto e il recupero della "ludopatia conseguente a gioco compulsivo", vietando nel contempo ai minori di 18 anni la partecipazione a giochi pubblici con vincita in denaro sotto comminatoria di sanzioni amministrative pecuniarie e interdittive a carico del titolare dell'esercizio.

Le Istituzioni

Engagement nei confronti delle Istituzioni

INFORMARE: Sito Istituzionale
Rapporto Sociale

ASCOLTARE: Meeting specifici

CONSULTARE: Dialogo con le Istituzioni italiane e comunitarie (UE)

COINVOLGERE: Rapporto con le Istituzioni centrali e con quelle sul territorio

COLLABORARE: Condivisione di progetti e iniziative

L'impianto normativo, come descritto sopra, attribuisce ampia delega di governo del settore ad AAMS che opera prevalentemente in base a specifici ordinamenti stabiliti da iniziative governative e parlamentari.

In tal senso gli Organi parlamentari – Camera e Senato della Repubblica – nonché il Governo e il Ministero dell'Economia sono Stakeholder fondamentali per l'attività del Gruppo Sisal che dispone di risorse dedicate al continuo monitoraggio dei lavori parlamentari. Inoltre, seppur nel rispetto del principio di sussidiarietà che vede la prevalenza della normativa nazionale su quella comunitaria, anche le Istituzioni europee, Parlamento, Commissione e Corte di Giustizia, devono ritenersi interlocutori indispensabili per una corretta comprensione dei processi d'indirizzo e di sviluppo normativo di settore.

Stakeholder di lunga tradizione di Sisal sono inoltre il CONI e l'ASSI (Agenzia per lo Sviluppo del Settore Ippico), istituita con la legge n. 111 del 15 luglio 2011 quale successore ex lege di UNIRE (Unione Nazionale per l'Incremento delle Razze Equine).

Insieme al Ministero per le Politiche Agricole Alimentari e Forestali, l'ASSI (ex UNIRE) è dal 1948 il referente istituzionale di Sisal per lo sviluppo delle scommesse e dei concorsi a base ippica, sia nel canale delle agenzie sia in quello delle ricevitorie. Sebbene nel 2002 i concorsi a pronostico e le scommesse sportive, inizialmente sotto la diretta responsabilità del

CONI, siano stati affidati ad AAMS e siano oggi gestiti dai numerosi Concessionari dei giochi pubblici, rimane tuttavia un rapporto importante con il CONI per l'ingente finanziamento dell'attività sportiva italiana proveniente dall'intero settore dei giochi.

Di recente, anche in funzione dello sviluppo della normativa antiriciclaggio, si è aggiunto un ulteriore importante Stakeholder istituzionale: Banca d'Italia e, nello specifico, l'Unità di Informazione Finanziaria (UIF), struttura incaricata di prevenire e contrastare il riciclaggio del denaro e il finanziamento al terrorismo.

Infine, Sisal mantiene rapporti di collaborazione, nel pieno rispetto dei reciproci ruoli, con le Forze dell'Ordine, con il Ministero dell'Interno, con Comuni ed Enti locali, allo scopo di comunicare con completezza di informazione la propria realtà aziendale e affrontare con spirito costruttivo le problematiche sul territorio.

Un dialogo corretto, trasparente e tempestivo fra le Istituzioni nazionali ed europee e l'Azienda, che sia in grado di trasmettere in modo efficace il punto di vista aziendale, è da sempre una delle strategie fondamentali del Gruppo. Tale strategia si è ulteriormente rafforzata attraverso la scelta e la volontà di operare secondo i principi di Comportamento Etico e di Responsabilità Sociale, imprescindibili in un mercato regolamentato come quello del gioco, che sono stati adottati in ogni attività intrapresa dal Gruppo Sisal.

Il dialogo costante di Sisal con il Regolatore e le Istituzioni Pubbliche

Anche nel corso del 2011 Sisal ha perseguito l'obiettivo di rafforzare ulteriormente la relazione con Istituzioni ed Enti attraverso una collaborazione fattiva, trasparente e professionale, conforme sia alle aspettative dell'Azienda, sia a comportamenti e azioni coerenti con il ruolo di Concessionario dello Stato in un mercato regolato. In quest'ottica, oltre a una policy dell'Azienda improntata a una costante e totale adesione alle regole stabilite da AAMS quale principale interlocutore istituzionale, Sisal ha sempre adottato una politica volta alla condivisione delle aspettative e delle indicazioni dell'Amministrazione per quanto riguarda sia gli aspetti di ritorno economico, sia gli aspetti sociali e di sviluppo sostenibile.

Nello svolgimento di questa attività di dialogo, indispensabile per un Concessionario, Sisal si avvale delle professionalità della Direzione Relazioni Istituzionali, con sede a Roma. La Direzione svolge un lavoro di continua mediazione e traduzione delle esigenze aziendali e delle esigenze del Regolatore sia garantendo la corretta applicazione delle norme e il rispetto della concessione, sia mediando le esigenze aziendali e di mercato con i diversi interlocutori istituzionali.

A ciò si aggiunge una precisa attenzione dell'Azienda verso un'area particolarmente sensibile: il Gioco Responsabile. Sisal, in sintonia con AAMS e con le sue politiche di gioco legale e responsabile, ha sviluppato il Programma "Gioca il Giusto" elaborato per garantire il giusto equilibrio fra divertimento e responsabilità e per prevenire le forme di gioco a potenziale rischio per il Giocatore.

A questo riguardo è stato attuato un Piano di azioni specifiche con l'obiettivo di prevenire e contrastare il gioco illegale. Il Piano consiste in una costante attività di controllo, comunicazione e verifica delle iniziative che si svolgono sul territorio nazionale per fornire tempestivamente, a chi ha il compito istituzionale di far rispettare la legalità sul territorio, un quadro e un'analisi utili ed efficaci.

Gli Azionisti

Engagement nei confronti degli Azionisti

- INFORMARE: Aggiornamento sull'andamento delle attività
Bilancio di Esercizio
Rapporto Sociale
- ASCOLTARE: Assemblea degli Azionisti
Sedute degli Organi collegiali
- CONSULTARE: Recepimento dei feedback del CdA a fronte dell'informazione periodica sull'andamento delle attività
- COINVOLGERE: Presentazione al CdA, attraverso l'Amministratore Delegato, delle linee d'azione di Responsabilità Sociale
- COLLABORARE: Tradurre in operatività le linee strategiche dettate dal CdA

I Soci Sisal

Nel Gruppo Sisal credono investitori grandi e piccoli. La struttura societaria è articolata in modo da garantire, a ogni livello della catena di controllo, trasparenza, compartecipazione e solidità. Il controllo sulle Società operative è detenuto da Sisal Holding Istituto di Pagamento (SHIP) S.p.A. Al capitale di Sisal S.p.A. partecipano 3.612 Ricevitori.

I soggetti che hanno indirettamente investito in SHIP S.p.A. sono:

- >> Apax e Permira, fondi di private equity internazionali
- >> Clessidra, fondo di private equity italiano
- >> La famiglia del Socio fondatore Molo
- >> L'Amministratore Delegato e i Senior Manager della Società
- >> Global Leisure Partners LLP (GLP), Società di consulenza finanziaria

In occasione dell'ingresso, nell'autunno del 2006, dei fondi Apax e Permira nella platea azionaria, la comunicazione trasmessa alla Direzione Generale della Concorrenza della Commissione Europea ha evidenziato la sussistenza di un controllo congiunto sul Gruppo Sisal da parte dei fondi Apax, Permira e Clessidra, in funzione delle previsioni statutarie relative al funzionamento degli organi sociali.

I fondi di private equity internazionali e italiani che figurano fra i Soci indiretti di Sisal sono:

Apax Partners è uno dei maggiori gestori di fondi di private equity a livello mondiale. Fondato oltre trent'anni fa, gestisce fondi per un ammontare di 35 miliardi di dollari in tutto il mondo avvalendosi della presenza in 9 Paesi e della competenza globale di un team di oltre 100 professionisti. L'ultimo fondo, Apax Europe VII, è attualmente il maggiore fondo di private equity in Europa con un valore di 11,2 miliardi di euro. I fondi gestiti da Apax Partners investono per creare e rafforzare aziende di eccellenza a livello internazionale. Fra questi, il fondo Apax Europe VI è Socio indiretto di Sisal. La presenza dei fondi Apax ha consentito alle aziende di crescere e creare valore nel migliore interesse di Dipendenti, Partner e Investitori.

Permira è una Società europea di private equity che opera in tutto il mondo. I capitali raccolti presso fondi pensione e altri investitori istituzionali sono rivolti a investimenti in aziende con un forte potenziale di crescita. Il fondo Permira Europe III, con una dimensione di oltre 5 miliardi di euro, è Socio indiretto di Sisal. I fondi Permira si avvalgono del supporto di oltre 130 professionisti, presenti in 12 uffici nel mondo, fra cui Milano, Francoforte, Hong Kong, Londra, Madrid, New York, Parigi, San Francisco, Stoccolma e Tokyo. Nel corso della loro attività, i fondi Permira hanno completato oltre 190 acquisizioni, investendo in società operanti in svariati settori. Fin dal 1988, quando Permira ha aperto i propri uffici in Italia, la Società è stata un pioniere del private equity con oltre 50 investimenti per un controvalore complessivo di 17 miliardi di euro.

Clessidra SGR S.p.A., nata nel 2003, è una Società indipendente che fa leva sulle significative esperienze professionali dei Partner nell'ambito del private equity e di operazioni finanziarie complesse quali fusioni, acquisizioni e ristrutturazioni. È iscritta all'albo delle SGR tenuto dalla Banca d'Italia e al Fondo Nazionale di Garanzia ed è membro dell'Associazione Italiana del Private Equity e Venture Capital (AIFI) e della European Venture Capital Association (EVCA). Clessidra SGR S.p.A. è il gestore dei fondi Clessidra Capital Partners e Clessidra Capital Partners II, i più grandi fondi di private equity dedicati esclusivamente al mercato italiano. I fondi gestiti da Clessidra sono stati raccolti fra numerosi gruppi istituzionali, finanziari, industriali e fondi pensione di elevatissimo standing, sia italiani che stranieri, a dimostrazione del proprio posizionamento dominante sul mercato italiano.

Le Banche e la Comunità finanziaria

Engagement nei confronti delle Banche e della Comunità finanziaria

- INFORMARE: Sito Istituzionale
 Rapporto Sociale
 Bilancio di Esercizio
 Informativa su richiesta
- ASCOLTARE: Incontri one to one
- CONSULTARE: Incontri finalizzati a definire gli strumenti finanziari più opportuni
- COINVOLGERE: Coinvolgimento dei Partner finanziari nei grandi progetti di investimento
- COLLABORARE: Collaborazione operativa con i Partner finanziari, caratterizzata da una grande trasparenza, per garantire la più corretta politica di sostenibilità economica

Il Gruppo Sisal è in costante evoluzione con un business in forte crescita e con volumi di raccolta gestiti che nel 2011 hanno superato i 13,3 miliardi di euro. Tali volumi vengono veicolati interamente attraverso il sistema bancario e nello specifico il Gruppo intrattiene rapporti consolidati con le principali banche operanti sul territorio nazionale.

Quasi tutti gli Istituti bancari hanno seguito Sisal sin dalla sua nascita e pertanto il Gruppo li considera Partner di rilievo. Di conseguenza l'Azienda adotta una politica di massima trasparenza nei loro confronti che si esplicita in incontri ricorrenti, al fine di condividere le informazioni di business, e nell'invio di una reportistica mensile in relazione all'andamento del Gruppo.

Inoltre, la complessità delle diverse linee di business e la mole di investimenti fatti impone al Gruppo di utilizzare la maggior parte degli strumenti finanziari presenti sul mercato, quali: a titolo esemplificativo fideiussioni, leasing, factoring, derivati, finanziamenti a medio lungo termine, etc.

In particolare, le linee a breve termine riguardano principalmente affidamenti per crediti di firma che vengono utilizzati per richiedere l'emissione di garanzie a favore delle principali controparti con cui il Gruppo opera, in particolare l'Amministrazione Autonoma dei Monopoli di Stato (AAMS) e i principali operatori nel campo dei servizi.

AAMS per ciascuna concessione richiede una o più garanzie che coprano tutti gli adempimenti previsti dalla concessione stessa, quali, ad esempio, i versamenti erariali e il pagamento dei premi ai Giocatori.

I Partner dei servizi, invece, richiedono di garantire la raccolta gestita per loro conto in quanto il denaro viene prelevato dalla Rete dei punti vendita con cadenza settimanale ma riversata con scadenze differenti che variano a seconda del contratto sottoscritto.

Composizione degli affidamenti % per crediti di firma

Banche	2011	2010	2009
UNICREDIT	29%	29%	28%
INTESA SAN PAOLO	25%	28%	25%
B. POP. MILANO	13%	11%	12%
B. POPOLARE	12%	13%	17%
MPS	11%	11%	9%
B. POP. BERGAMO	5%	5%	6%
SPARKASSE	5%	5%	5%
ALTRI ISTITUTI	1%	-	-

A seguito dell'ingresso dei nuovi Azionisti avvenuto nel 2006 e per finanziare i piani di crescita pluriennali, il Gruppo ha ottenuto da un pool di banche sia italiane che estere un finanziamento strutturato di 745 milioni di euro composto da diverse linee di credito con diverse scadenze e modalità di ammortamento.

Ciò impone al Gruppo il rispetto di alcuni *covenants* finanziari sul debito che sino a oggi sono sempre stati ampiamente rispettati.

Il debito in pool prevede il pagamento di interessi a tassi variabili in funzione del tasso Euribor più uno spread differenziato a seconda delle linee che varia fra l'1,87% e il 3,68%. In ogni caso il Gruppo, al fine di limitare le fluttuazioni di tasso d'interesse e quindi mantenere stabili gli oneri finanziari, ha sottoscritto alcune coperture sul tasso che al 31 dicembre 2011 coprivano il 57% del debito residuo.

Composizione % dei finanziamenti in pool a medio lungo termine

Banche	2011
RBS	33%
UNICREDIT	19%
INTESA SAN PAOLO	19%
CREDIT AGRICOLE	19%
MIZUHO	18%
LEHMAN BROTHERS*	16%
B. POP. MILANO	4%
UBS LTD	1%
ALTRI ISTITUTI	3%

* in Amministrazione controllata

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

La posizione finanziaria netta del Gruppo pari a circa 1.041,2 milioni di Euro (debito netto, sterilizzate le principali poste di circolante a breve termine relative ai giochi e ai servizi) è in miglioramento nonostante i rilevanti investimenti fatti negli ultimi anni sia dal lato tecnologico sia in termini di nuove acquisizioni, grazie al buon andamento dei risultati e a un'attenta gestione dei flussi finanziari correnti.

Le Risorse Umane

Engagement nei confronti delle Risorse Umane

INFORMARE: Dialogo diretto costante (comunicazione interna e informative ai Dipendenti)
CSR Newsletter
Formazione

ASCOLTARE: Formazione
People satisfaction
Intranet: partecipazione attiva attraverso questionari/forum

CONSULTARE: Workshop

COINVOLGERE: Meeting e convention
Mercatino solidale

COLLABORARE: Raccolta fondi per progetti di Responsabilità Sociale

Le persone

Sisal, in continuità e miglioramento della sua strategia di Stakeholder Engagement, crede fermamente che Dipendenti e Collaboratori contribuiscano quotidianamente alla creazione di valore per l'Azienda. Valore riferito non solo alla generazione di business e profitto, ma anche alle modalità intangibili di "fare le cose": le qualità personali e professionali di ciascun individuo danno concretezza ai progetti e alle aspirazioni di Sisal.

Qualità, innovazione, responsabilità, i Valori fondamentali verso cui è orientata la policy del Gruppo Sisal, sono requisiti essenziali per rispondere in modo adeguato alle sfide quotidiane e alle attese espresse da Dipendenti, Azionisti e da tutti gli altri Stakeholder. Nel 2011 Sisal si è impegnata – e si impegnerà anche nel futuro – a costruire una Vision in cui le persone, le loro performance e il loro sviluppo sono al centro dell'attenzione tanto quanto i risultati di business.

Nel 2011 Sisal ha stabilizzato la propria struttura organizzativa, risultato che ha consentito al Gruppo di rimanere costantemente proattivo sul mercato, grazie sia all'acquisizione di nuove professionalità esterne emergenti, sia all'investimento nell'istituzione e organizzazione di percorsi di carriera interni e allo sviluppo delle competenze diffuso a tutti i livelli organizzativi. Per sostenere fattivamente le proprie Risorse Umane, nel 2011 Sisal si è concentrata soprattutto su:

- >> crescita occupazionale
- >> comunicazione interna
- >> formazione
- >> valutazione dei ruoli e sviluppo di carriera
- >> diversity management
- >> tutela della salute e della sicurezza

Crescita occupazionale

Il 2011 ha confermato il forte trend di crescita dei livelli occupazionali dell'Azienda, fenomeno che assume una rilevanza significativa considerata la crisi economica e il livello di disoccupazione e inoccupazione che il mercato ha registrato nello stesso anno. Si è assistito inoltre a un forte incremento dell'occupazione giovanile nella fascia d'età compresa fra i 25 e i 35 anni: molti di questi giovani, entrati in Sisal con un contratto di stage o di collaborazione, hanno visto confermata in modo stabile la loro presenza in Azienda.

Complessivamente il Gruppo è passato da 1.206 Dipendenti nel 2010 a 1.493 nel 2011 con una crescita del 23%. La causa di questa importante crescita risiede essenzialmente nell'incremento del business di tutta l'area Retail (Match Point e Wincity), dei Digital Games and Services e nell'investimento sulle nuove professionalità.

Dipendenti Gruppo Sisal 2010	Dipendenti Gruppo Sisal 2011
1.206	1.493

Tasso turnover 2011	2,48%
----------------------------	-------

Dipendenti Gruppo Sisal 2011 con contratto part time	267
In percentuale	18%



Dipendenti Gruppo Sisal 2011 divisi per sesso e fasce d'età			
Fasce d'età	M	F	Dipendenti
20 - 30 anni	199	192	391
30 - 40 anni	348	261	609
40 - 50 anni	183	127	310
50 - 60 anni	105	57	162
oltre 60 anni	13	8	21
Totale	848	645	1.493

Qualifica-Livello	Dipendenti
Dirigenti	44
Quadri	100
Impiegati 1° livello	117
Altri	1.232
Totale	1.493

Titolo di studio	Dipendenti
Laurea	258
Diploma	611
Altro	624
Totale	1.493

La comunicazione interna: sviluppare una rete intranet per tutti

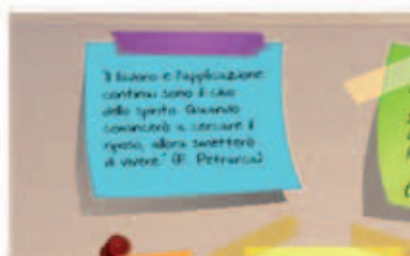
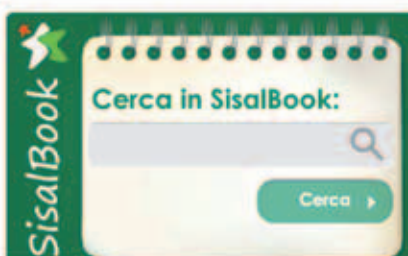
Nel 2011 Sisal ha creato la sua prima intranet aziendale con la finalità di diffondere il knowledge dell'Azienda e favorire la collaborazione e lo scambio di informazioni fra i Dipendenti.

Gli obiettivi principali sono:

- >> coerenza fra le attività svolte e gli obiettivi istituzionali e organizzativi
- >> crescita della professionalità e della collaborazione
- >> organizzazione più efficace
- >> rafforzamento della qualità aziendale
- >> miglioramento del clima aziendale e promozione di una maggiore partecipazione dei Dipendenti
- >> promozione culturale

L'intranet di nuova generazione (2.0), chiamata "WeSisal", nome scelto dai Dipendenti attraverso un concorso interno e una votazione finale, è nata con la volontà di coinvolgere le persone e promuoverne l'interazione e la partecipazione. Le sue linee guida, che saranno sviluppate nel biennio 2012-2013, sono:

- >> approccio bottom up
- >> flessibilità
- >> aggiornamenti frequenti



- >> alta interattività
- >> visibilità delle persone
- >> costruzione condivisa dei contenuti
- >> uso dell'infografica per rappresentare in modo nuovo e moderno l'Azienda

Lo sviluppo della rete intranet coinvolge un team di 25 Dipendenti (WeSisal Editors), appartenenti a livelli e funzioni organizzative differenti, che hanno il compito di ideare e pubblicare i contenuti migliori, quelli più utili e pertinenti, nonché favorire forme di interazione stimolanti e interessanti. Grazie a questo spazio virtuale, i Dipendenti possono accedere in maniera più semplice e immediata ai progetti aziendali e offrire il proprio contributo direttamente, possono socializzare più facilmente all'interno dell'Azienda, discutere tematiche rilevanti e aumentare il capitale di relazioni interfunzionali.

La formazione: migliorare le capacità professionali e personali

Investire nello sviluppo di competenze professionali e personali è una priorità dell'Azienda. Coerentemente con gli standard di eccellenza verso i quali Sisal tende costantemente, il concetto di "Lifelong Learning" assume una posizione centrale nella programmazione formativa del Gruppo. Offrire programmi di formazione sempre più strutturati con la finalità di promuovere lo sviluppo professionale dei Dipendenti, ampliare le loro opportunità di carriera e migliorarne le prestazioni sul lavoro è stato un obiettivo prioritario per Sisal nel 2011. Tali programmi vedranno una completa strutturazione e implementazione nel biennio 2012-2013, con l'obiettivo di accompagnare la vita professionale di ciascun Dipendente nei momenti più significativi:



Induction: percorso formativo che si propone di dare il benvenuto ai neoassunti. Si tratta della prima proposta finalizzata ad accogliere i nuovi colleghi e ad accompagnarli nella fase di inserimento nel Gruppo, contribuendo a costruire una conoscenza interfunzionale del business e un'identità aziendale comune.

Formazione CSR: corsi per diffondere la cultura e i valori di Corporate Social Responsibility a ogni livello dell'Azienda.

Formazione tecnica "e-Learning on the Job": percorsi formativi che interessano famiglie professionali diverse (commerciali, addetti ai Call Center, tecnici di assistenza, etc.). Questi programmi contribuiscono ad accrescere le competenze specialistiche dei Dipendenti rafforzandone il valore professionale.

Formazione commerciale: proseguimento del percorso SISales Excellence rivolto alla forza vendita di Sisal e Sisal Slot.

Formazione manageriale: programmi per migliorare la qualità della leadership all'interno dei vari team di progetto e di funzione.

Formazione linguistica: programmi di insegnamento di lingua inglese che hanno l'obiettivo di favorire l'interazione delle persone in contesti internazionali.

Nel 2011, inoltre, Sisal ha introdotto nuovi strumenti di apprendimento. In particolare, è stata implementata la piattaforma di apprendimento attraverso il sistema e-learning e l'utilizzo di pillole formative all'interno della intranet WeSisal.

Sisal si propone di implementare le iniziative già in corso e sviluppare ulteriori progetti di formazione adottando un modello multicanale che utilizza ambienti di apprendimento differenti.

La valutazione dei ruoli e lo sviluppo di carriera

Ogni organizzazione deve conoscere l'apporto valoriale creato da ciascun ruolo aziendale. Nel 2011 Sisal ha sviluppato un programma di Job Evaluation per tutte le posizioni dirigenziali: processo che ha consentito di determinare e attribuire, attraverso adeguati strumenti metodologici, il valore relativo di ogni posizione.

Si tratta di una valutazione "oggettiva", in quanto prescinde da capacità, rendimento e comportamento del soggetto che ricopre la mansione.

Questa valutazione ha garantito un'analisi accurata dei ruoli di management, in coerenza con la struttura organizzativa di Sisal, e ha permesso di implementare un processo equo e strutturato di definizione delle competenze manageriali e di assessment delle stesse. In questo modo Sisal garantisce un'adeguata copertura delle posizioni strategiche e definisce un percorso di sviluppo interno che consente il passaggio dalla posizione di Quadro a quella di Dirigente.

Il diversity management: le differenze che creano valore

Nel 2011 Sisal si è associata a Valore D – Donne al Vertice per l'Azienda di Domani, Associazione impegnata a promuovere il valore femminile nelle imprese, partecipando attivamente a due gruppi di lavoro che hanno ideato due kit formativi: Board Membership e Formazione alla leadership femminile.

Grazie all'incontro con Valore D si è rafforzata la consapevolezza che le donne presenti in Sisal sono determinanti nel processo di creazione di valore per l'Azienda e permettono di ottenere migliori risultati in termini economici, di performance organizzativa, di competitività e di immagine.

È quindi cruciale per Sisal affrontare il tema della presenza femminile in Azienda con un approccio strategico e programmatico basato sulla specifica realtà aziendale e le sue peculiarità. Per questo nel 2011 è stato approntato un progetto ambizioso da realizzare a partire dai primi mesi del 2012 che si propone di:

- >> diffondere una campagna di sensibilizzazione sul ruolo femminile all'interno dell'Azienda, promuovere un cambiamento culturale, migliorare la collaborazione fra i team misti;
- >> riconoscere, incoraggiare e promuovere le donne di talento all'interno dell'Azienda per non disperdere il capitale umano femminile di qualità;
- >> eliminare gli ostacoli interni ed esterni all'Azienda che limitano la carriera delle donne.

Nel 2012 il Gruppo, oltre a proseguire le iniziative sopraelencate, realizzerà la prima indagine sul clima di Sisal rivolta a tutti i Dipendenti dell'Azienda. Gli obiettivi sono:

- >> verificare in modo sistematico il vissuto dei Collaboratori su alcune aree considerate importanti (riconducibili agli asset intangibili) per il raggiungimento degli obiettivi di business;
- >> definire le aree di miglioramento e le azioni conseguenti;

- >> migliorare la trasparenza e l'efficacia della comunicazione verso tutti i Collaboratori;
- >> avere un punto di riferimento per indagini successive negli stessi ambiti.

L'indagine sarà preceduta da una formazione di tutto il management e middle management sui temi del clima organizzativo, sui parametri valutati nell'indagine e sulla gestione dei risultati in termini di action plan da realizzare.

Progetto "Cantiere Valori"

Un altro progetto previsto per il 2012 riguarda il "Cantiere Valori", nella convinzione che i Valori hanno bisogno di essere compresi e condivisi per poter generare comportamenti e azioni concrete da parte delle persone che operano all'interno dell'Azienda. Il progetto definirà le "Good Management Practice" relative ai comportamenti che creano valore e leadership all'interno di Sisal. Nel 2012, inoltre, Sisal intende sviluppare ulteriormente una politica di valorizzazione dei giovani. Alle imprese che apprendono e sono in continua evoluzione servono giovani che possano crescere secondo un modello di competenze che vede al centro l'innovazione. Il progetto prevede un programma costante di coinvolgimento dei giovani, provenienti da diverse funzioni aziendali, in "vere" sfide di business incentrate sui progetti strategici per l'Azienda.

La tutela della salute e della sicurezza

Sisal presta da sempre la massima attenzione all'applicazione di tutte le procedure relative alla sicurezza negli uffici e sul lavoro. Conoscere i rischi presenti nel nostro lavoro significa eliminare o ridurre drasticamente la possibilità di incidenti e i conseguenti danni a cose o persone. Il rischio non è rappresentato dall'evento dannoso, ma dalla possibilità che questo si verifichi. Perciò la prevenzione, che si attua attraverso la valutazione dei rischi e il rispetto delle regole e degli obblighi sia da parte dell'Azienda che da parte dei lavoratori, rimane il punto di partenza imprescindibile.

È ormai diffusa in Azienda una cultura di attenzione sulla salute che va oltre la prevenzione della malattia o dell'infortunio e che si focalizza sul perseguimento del benessere.

Per il raggiungimento del benessere nell'ambiente di lavoro, al di là delle attività tradizionali (visite mediche periodiche, misurazione degli infortuni) e delle figure competenti (Dirigente della sicurezza, Medico competente e Responsabile di prevenzione e protezione di tutela della salute e sicurezza nei luoghi di lavoro come da D.Lgs. 81/2008), Sisal sta approntando alcuni strumenti ad hoc. Ad esempio, nella intranet è presente un'area "Sisal Wellness", a cui tutti possono accedere in qualsiasi momento, dove viene offerta un'ampia e pratica dimostrazione degli esercizi da fare alla scrivania per rilassare mente e corpo. Inoltre, nella sessione definita "Musicalmente" sono disponibili dieci diverse composizioni musicali create appositamente per migliorare stati d'animo, attivare energie positive e affrontare i momenti critici della propria giornata lavorativa.

La Rete Sisal

Engagement nei confronti della Rete Sisal

INFORMARE: Siti web di Sisal
Rapporto Sociale
Figure professionali che monitorano la Rete garantendo il rispetto degli strumenti standard contrattuali

Programmi di sviluppo della Rete
Programmi di supporto (formazione, definizione di standard, etc.)

ASCOLTARE: Call Center dedicato ai Ricevitori

CONSULTARE: Comunicazione a due vie tramite web e numeri dedicati

COINVOLGERE: Contatti quotidiani e incontri periodici con la Rete

COLLABORARE: Raccolta fondi presso i punti vendita per progetti di Responsabilità Sociale

La Rete Distributiva

Il Gruppo Sisal si avvale di una Rete complessiva di circa 46.600 punti vendita abilitati alla raccolta dei giochi in concessione e attivi anche nel settore dei servizi di pagamento. La Rete è presente su tutto il territorio nazionale ed è composta da edicole, bar, rivendite di tabacchi, agenzie, corner, punti vendita dedicati e i nuovi concept retail Sisal Wincity.

Nel dettaglio:

- >> 41.659 punti vendita dei prodotti GNTN e servizi di pagamento al Cittadino (fra questi sono inclusi gli oltre 4.000 corner ippici e sportivi)
- >> 4.900 punti vendita dedicati solo agli apparecchi da intrattenimento (Adi)
- >> 203 agenzie e negozi Match Point
- >> 5 sale Sisal Wincity

La Rete è supportata da un team commerciale suddiviso per aree di business e da 270 gestori della Rete Distributiva di Sisal Slot.

I circa 42.000 punti vendita della Rete Sisal sono supportati da un gruppo di circa 120 persone impiegate nelle funzioni Trade Marketing e Vendite.

La funzione Trade Marketing, che con la funzione Vendite ha il compito di definire le strategie commerciali da attuare nella Rete Sisal, è guidata da un Trade Marketing Manager ed è composta dal team Trade, formato da tre Specialist e altrettanti Assistant, e dal team Analisi Dati, costituito da un Responsabile Analisi Dati e tre Specialist.

Sotto la direzione del Responsabile Vendite operano la Forza Vendita e il team della Bachecca dei Sistemi che ha il compito di sviluppare sistemi di gioco e proporli ai Ricevitori tramite la Forza Vendita e attraverso il portale web dedicato.

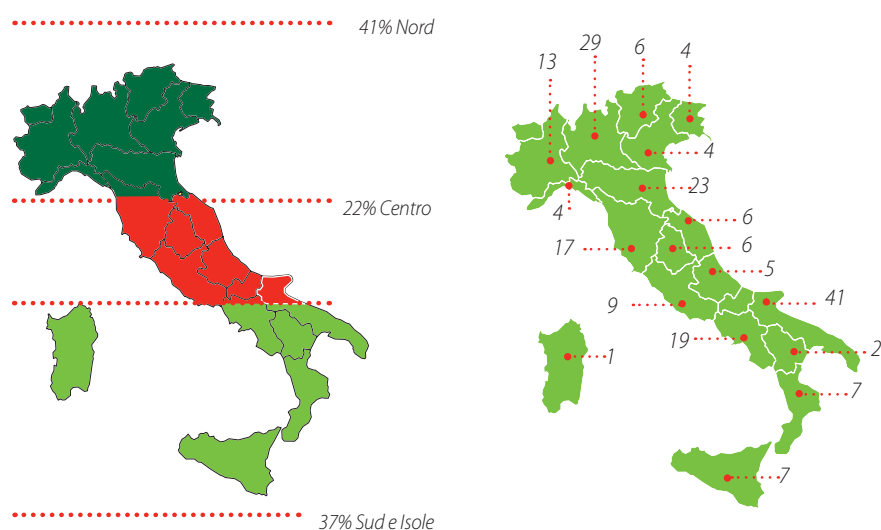
I punti vendita Sisal sono attentamente selezionati in funzione della presenza ottimale sul territorio, del posizionamento (flussi di popolazione e produzione di reddito) e delle capacità dimostrate nella gestione dell'attività commerciale. La Rete viene costantemente monitorata dal team Trade Marketing e Vendite e i contratti con i punti vendita sono soggetti a revisione annuale sulla base delle relative performance.

In sintesi, il valore aggiunto della Rete Sisal è costituito da:

- >> circa 42.000 punti vendita attivi a copertura dei Comuni con più di 3.000 abitanti, di cui oltre 12.600 dotati di SisalTV;
- >> rete pluricanale con punti vendita selezionati su diverse tipologie commerciali;
- >> formazione tecnico-commerciale ai punti vendita.

La Forza Vendita è composta da una rete capillare di professionisti qualificati che contribuiscono a consolidare il rapporto con i punti vendita. Nello specifico sono attivi, a copertura della Rete di punti vendita, 5 District Manager, 65 Responsabili d'Area e 24 Visual Merchandiser con il compito di gestire i prodotti SuperEnalotto, SiVinceTutto SuperEnalotto, Vinci per la vita - Win for Life e Win for Life Gold, i servizi di pagamento al Cittadino, i concorsi a pronostico sportivo e l'ippica.

La Forza Vendita visita i punti vendita per il controllo qualità e l'ottimizzazione delle attività della struttura commerciale. Si occupa, inoltre, di selezionare i canali distributivi, di valutare nuove aperture di punti vendita e di formare, anche attraverso una piattaforma online, i Ricevitori con cui è attivo un dialogo costante attraverso canali di comunicazione differenziati (portale dei Ricevitori, terminali di gioco, "Mondo Sisal").



**Canali di vendita:
ricevitorie**

Distribuzione ricevitorie sul territorio nazionale

**Canali di vendita:
agenzie e negozi**

Distribuzione per regione delle agenzie e dei negozi Sisal Match Point (2013)

Sisal Match Point opera nel business delle scommesse ippiche e sportive con 203 negozi e oltre 4.000 corner. La Rete di agenzie Sisal Match Point è attualmente composta da 74 punti gestiti direttamente dal Personale Dipendente dell'Azienda (agenzie dirette) e da 129 punti gestiti in franchising da qualificati Partner commerciali (agenzie partner) e viene costantemente monitorata dalla struttura commerciale che si avvale di 10 Key Account a copertura del territorio nazionale.

Gli elementi distintivi di Sisal Match Point sono:

- >> quote stabili e competitive su tutta la Rete (anche online);
- >> portafoglio prodotti completo, con un'importante offerta anche su sport minori ed eventi non sportivi;
- >> team di professionisti dalla pluriennale esperienza nel bookmaking in ambito nazionale e internazionale;
- >> tecnologia sviluppata da Sisal e compatibile con i sistemi di gestione della Rete di ricevitorie;
- >> materiale informativo sul punto vendita sempre aggiornato.

Sisal Slot è la Società del Gruppo Sisal che si rivolge al mercato delle Adi (apparecchi da intrattenimento) offrendo qualità e professionalità nel servizio di interconnessione e nel noleggio degli apparecchi da intrattenimento. La filosofia che ispira Sisal Slot è fornire agli Esercenti e ai Ricevitori gli apparecchi di gioco più innovativi, garantendo al contempo qualità e sicurezza nell'interconnessione. Per questo motivo Sisal Slot si avvale della collaborazione di importanti Gestori di apparecchi di gioco distribuiti su tutto il territorio nazionale, veri e propri Partner Sisal Slot.

Sisal Slot conta su una Forza Vendita composta da 25 Responsabili di Area, 2 District Manager, 5 Key Account e 1 Responsabile Commerciale.

Nel 2010 Sisal ha lanciato le sale Wincity, luoghi di aggregazione che offrono tutti i giorni, da mattina a tarda sera, un'innovativa idea di divertimento che coniuga intrattenimento e socialità positiva. Le sale Sisal Wincity si propongono come nuovi spazi per incontrarsi, giocare o assistere a performance ed eventi all'interno di un ambiente piacevole e sicuro.

Nelle sale Wincity è presente un servizio di ristorazione di alta qualità e un ampio palinsesto di eventi: dalle degustazioni culinarie agli incontri dal vivo con i protagonisti della musica, dalla proiezione dei principali eventi sportivi a iniziative collaterali legate a grandi eventi cittadini. Le Sisal Wincity sono ambienti particolarmente curati, confortevoli e dotati di tecnologie all'avanguardia dove il pubblico ha a disposizione l'intera offerta di gioco Sisal, dalle Videolotteries di ultima generazione fino a SuperEnalotto, Vinci per la vita - Win for Life, oltre alle scommesse e ai servizi di pagamento al Cittadino.

Nelle Sisal Wincity si è investito molto sulla sicurezza e sul servizio al Consumatore per garantire le corrette informazioni al Giocatore e un ambiente di gioco moderato. Anche il personale di sala è stato attentamente selezionato e formato, con particolare riguardo alla figura del Personal Player che assiste i Giocatori e fornisce loro tutte le informazioni sulle modalità di gioco, sulla loro sicurezza e sui meccanismi di autolimitazione. Particolare attenzione viene riservata a "Gioca il Giusto", il Programma di Gioco Responsabile di Sisal, attraverso la distribuzione di materiale informativo a disposizione dei Giocatori all'interno delle sale Wincity. Il Consumatore viene supportato sin dall'ingresso, dove si trova la reception che offre una prima accoglienza ai visitatori e garantisce il divieto di gioco ai minori.

Le prime due sale Wincity sono nate a Milano e a Roma, rispettivamente nell'agosto e nell'ottobre 2010. Nei mesi di marzo, settembre e dicembre 2011 sono state aperte le sale Wincity di Torino, Brescia e Pescara.

Punti vendita a distanza

In Italia le norme sul gioco con vincita in denaro distinguono in maniera assoluta i giochi non consentiti da quelli consentiti: per il primo gruppo c'è il divieto assoluto di offerta da parte di chiunque e in qualsiasi forma, per il secondo l'offerta è subordinata a un'apposita concessione rilasciata da AAMS. In particolare, AAMS contrasta i fenomeni di illegalità connessi alla crescente popolarità del gioco a distanza su due fronti: attraverso una puntuale regolamentazione del settore, al fine di rendere l'offerta legale di intrattenimento online adeguata ai gusti dei Consumatori e concorrenziale rispetto a quanto proposto dai siti "off shore", e attraverso l'individuazione e l'inibizione dei siti di gioco privi delle autorizzazioni e delle garanzie per i Giocatori previste dalla normativa stessa.

In qualità di monoconcessionario per i prodotti GNTN a distanza, Sisal gestisce una rete di circa 40 concessionari rivenditori, i quali, previa autorizzazione di AAMS e collaudo interno

Sisal, distribuiscono direttamente ai loro clienti i prodotti GNTN sul canale internet. A tale scopo Sisal mette a disposizione un'interfaccia tecnologica di integrazione fra i portali web dei concessionari rivenditori e la piattaforma Sisal dedicata all'erogazione dei GNTN sul canale internet. È importante notare che, per ragioni di sicurezza e uniformità di presentazione del prodotto, le applicazioni di gioco GNTN sono erogate direttamente dalla piattaforma Sisal a tutti gli utenti, compresi quelli dei concessionari rivenditori.

4 La ridondanza consiste nella duplicazione dei componenti critici di un sistema con l'intenzione di aumentarne l'affidabilità e la disponibilità, in particolare per le funzioni di vitale importanza che garantiscono la sicurezza delle persone e degli impianti o la continuità della produzione

Per i prodotti GNTN e per tutti gli altri giochi online, il Giocatore può fruire dei siti internet Sisal e dei cosiddetti client di gioco (applicazioni specializzate su tipologie di gioco specifiche e distribuite sotto forma di programmi eseguibili e installabili sul personal computer del giocatore). Questi strumenti, integrati dalle applicazioni specializzate per smartphone e tablet, consentono ai Giocatori un accesso semplice e immediato alle diverse tipologie di prodotto, in totale sicurezza e affidabilità, grazie alla scrupolosa adesione alle specifiche di AAMS in merito all'utilizzo di tali tecnologie e all'adozione di rigorose procedure di sicurezza del software e dei dati. L'infrastruttura IT del Gruppo Sisal dedicata al gioco a distanza è ridondata⁴ allo scopo di garantirne l'alta affidabilità e il *disaster recovery* è sempre operativo (24 ore su 24 per 7 giorni). Il suo supporto e la sua evoluzione sono garantiti da un team interno IT dedicato e da una rete di Partner esterni specializzati e certificati.

Il cuore dell'infrastruttura IT è costituito da un sofisticato sistema di conti di gioco, progettato e realizzato internamente, che mette a disposizione tutti i servizi necessari all'interazione del Giocatore con i prodotti e memorizza in modo sicuro tutte le informazioni relative all'attività del Giocatore che può quindi monitorare costantemente le proprie attività di gioco tramite la sezione "MY SISAL" del portale Sisal.it, analizzando lo storico delle sue giocate e i volumi di gioco, e utilizzare gli strumenti di autolimitazione e autoesclusione. L'intera infrastruttura informatica gestisce un parco di circa 500.000 conti di gioco e supporta un traffico di circa 120.000 sessioni di gioco giornaliere. Tutti i sistemi informatici del Gruppo destinati al gioco a distanza sono collaudati preventivamente da AAMS e sono collegati in tempo reale con il sistema centrale dell'Amministrazione stessa, nonché con l'anagrafica centrale dei conti di gioco di Sogei.

Le piattaforme di gioco sono inoltre sottoposte a scrupolose attività di certificazione a cura di terze parti specializzate (gli Enti di Verifica Autorizzati da AAMS tramite iscrizione in un apposito albo). Le certificazioni vengono rilasciate all'uscita sul mercato di ogni nuova piattaforma di gioco e si ripetono con cadenza annuale. I Giocatori possono prendere visione del certificato rilasciato, che attesta la conformità alla normativa, alla sicurezza e al corretto funzionamento delle applicazioni di gioco a distanza, sul portale Sisal.it, all'interno della sezione "Gioca il Giusto" che esplicita, con particolare enfasi, la politica del Gruppo Sisal in tema di contrasto al gioco compulsivo.

Il dialogo con il punto vendita

Call Center

5 Service Level Agreement (SLA). I livelli qualitativi richiesti in questo caso fanno riferimento all'efficienza e al tempo impiegato nell'evadere le pratiche informative

Ai Ricevitori è dedicato un Call Center che fornisce una risposta rapida e competente a fronte anche della formazione effettuata periodicamente. Anche nel 2011 i livelli di servizio sulle chiamate *inbound* sono stati superiori al 90% e gli SLA⁵ richiesti da AAMS relativi alle pratiche GNTN sono stati pienamente rispettati. Tali risultati sono stati raggiunti grazie a un organico di circa 50 operatori attivi su Milano, oltre a quelli presenti a Palermo.

Il Call Center integra inoltre diversi canali (mail, telefono, fax e applicativi da terminale di gioco) per offrire un servizio sempre più efficiente.

Il Network Retail

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

Il portale dei Ricevitori (www.ricevitorisital.it), gestito dal team Trade Marketing, è il sito internet dedicato alla comunicazione diretta ai Ricevitori Sisal.

Contenuti principali:

- pagine informative utili al Ricevitore per conoscere tutte le caratteristiche dell'offerta Sisal: giochi, scommesse e servizi;
- pagine informative facilmente consultabili che aiutano il Ricevitore a reperire velocemente tutti i dati di concorso (risultati, concorsi, archivio storico);
- area materiali stampabili che mette a disposizione del Ricevitore locandine utilizzabili nel punto vendita (locandine pubblicitarie, dati di concorso, ricevute vincenti);
- regolamenti di gioco e domande frequenti.

Il portale dei Gestori (www.gestore.sisal-slot.it) è il sito internet dedicato alla comunicazione diretta ai Gestori Sisal Slot e, come il portale dei Ricevitori, contiene aggiornamenti e formazione su prodotti e servizi.

Mondo Sisal

"Mondo Sisal", il periodico dedicato ai Ricevitori, distribuito con cadenza trimestrale per informare tutta la Rete sulle principali iniziative in corso e sulle novità in arrivo.

Contenuti principali:

- "Cari Ricevitori", un redazionale a cura del Responsabile Vendite Sisal per informare i Ricevitori dei risultati raggiunti e degli obiettivi futuri;
- sezioni dedicate all'approfondimento delle iniziative del Gruppo, alle novità relative ai prodotti commercializzati da Sisal (lotterie, servizi, scommesse, etc.) e alle azioni di CSR in corso;
- "Zona Rice": la sezione riservata ai Ricevitori per esprimere le loro opinioni e raccontare il loro punto di vista con interviste, foto e commenti.

Messaggistica a terminale

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

La formazione per i Ricevitori

La formazione occupa un posto cruciale fra le attività svolte da Sisal a sostegno dello sviluppo della propria Rete di ricevitorie e della diffusione dei valori di Responsabilità Sociale.

I programmi di formazione si propongono di assistere il Ricevitore nella sua crescita economica, manageriale e personale fornendo:

- contenuti specifici su giochi e servizi, sull'utilizzo della dotazione tecnologica e sulle normative di settore;
- strumenti e tecniche di Visual Merchandising;
- competenze di gestione e fidelizzazione del Consumatore della ricevitoria;
- conoscenze sulle tematiche e sui valori del Gioco Responsabile.

Il metodo adottato da Sisal per lo sviluppo delle proposte formative è alimentato da un confronto costante con i suggerimenti e le opinioni dei propri Ricevitori.

Prima dell'intervento formativo Sisal analizza le esigenze dei Ricevitori coinvolgendoli in appositi focus group; una volta concluso il percorso di formazione, l'Azienda verifica con questionari online, o direttamente in aula, il gradimento delle attività proposte e approfondisce con i Ricevitori le tematiche che vorrebbero sviluppare nei corsi a loro dedicati.

Grazie all'apporto dei propri Ricevitori e di importanti società di formazione, nel 2011 Sisal ha sviluppato ulteriormente il "Progetto Matrioska" offrendo itinerari formativi sulle tematiche relative al rapporto con il Consumatore, al Customer Care, alle tecniche di vendita e al Gioco Responsabile. Per i Ricevitori che hanno partecipato al corso d'aula Matrioska di due giornate è stato attivato un forum apposito per favorire il dialogo con Sisal e proseguire a distanza l'attività iniziata in aula. I temi emersi all'interno del forum e negli altri momenti di confronto fra Sisal e i propri Ricevitori hanno portato a nuove proposte formative coerenti con le esigenze dei Ricevitori. Inoltre, nel 2011 sono stati erogati nuovi corsi disponibili sulla piattaforma di e-learning per la formazione online dei Ricevitori:

- "Matrioska online", un corso di livello avanzato sulle tecniche di vendita e sulla fidelizzazione del Consumatore;
- "Antiriciclaggio", un corso specifico sulla normativa in materia;
- "L'Accademia dei Sistemi", un corso di livello avanzato sui Giochi Numerici a Totalizzatore Nazionale (GNTN) e sulla Bacheca dei Sistemi.



Oltre a questi corsi specifici, è disponibile online un corso di base rivolto a tutti i nuovi Ricevitori che offre gli strumenti necessari per conoscere i prodotti e i servizi del Gruppo Sisal e un percorso formativo sulle tematiche della Responsabilità Sociale con utili consigli sul ruolo del punto vendita nella promozione e sensibilizzazione verso un gioco sicuro, legale e responsabile.

Per il 2012 è previsto un ulteriore sviluppo dell'offerta formativa con il lancio di un nuovo corso online: "Il Marketing del tuo negozio", incentrato sulle tematiche di fidelizzazione del Consumatore e di Visual Merchandising.

In aggiunta ai corsi sopracitati, per il 2012 sono inoltre previsti altri momenti di incontro e di formazione, in occasione dei quali verranno illustrate le novità di prodotto e verrà approfondita la conoscenza delle tecniche di gioco.

I Consumatori Sisal

Engagement nei confronti dei Consumatori Sisal

- INFORMARE: Sito Istituzionale e siti di gioco Sisal
Rapporto Sociale
Eventi (lanci prodotto, nuovi concept retail, etc.)
Informazione/formazione tramite materiale nelle ricevitorie
Comunicazione trasparente (modalità di gioco, materiale pubblicitario per il punto vendita, SisalTV, informazione dedicata al Gioco Responsabile)
- ASCOLTARE: Ricerche di mercato
Customer satisfaction
Comunicazione a due vie tramite numero verde, Help Desk, direct mailing, Rete Ricevitori
- CONSULTARE: Focus group

COINVOLGERE: Coinvolgimento tramite la pagina Facebook

COLLABORARE: Raccolta fondi presso le ricevitorie

I Consumatori di Sisal comprendono sia i Giocatori, sia tutti gli utenti ai quali viene offerta una vasta gamma di servizi di pagamento nelle agenzie a gestione diretta e tramite la Rete nazionale dei Ricevitori.

I Consumatori dei prodotti

Lotterie

Sisal è Concessionario di tutti i Giochi Numerici a Totalizzatore Nazionale (GNTN), ovvero i giochi di sorte che prevedono:

- la partecipazione attraverso la scelta di una combinazione di numeri all'atto della giocata, oppure attraverso l'attribuzione alla giocata stessa di una combinazione di numeri determinati casualmente;
- un unico montepremi, derivante da una quota predeterminata delle poste di gioco, avente una base di raccolta di ampiezza non inferiore a quella nazionale;
- la ripartizione in parti uguali del montepremi fra le giocate vincenti appartenenti alla medesima categoria di premi.

Appartengono a questa categoria SuperEnalotto e il suo gioco opzionale e complementare SuperStar, Vinci per la vita - Win for Life, da aprile 2011 SiVinceTutto SuperEnalotto e dal 2012 EuroJackpot. È possibile partecipare ai giochi numerici di Sisal sia tramite la Rete nazionale dei Ricevitori, sia attraverso il canale online sul sito www.giochinumerici.sisal.it.

Digital Games

Nel 2011 il Gruppo Sisal ha ampliato la propria offerta di gioco attraverso il proprio sito www.sisal.it che opera sulla concessione del gioco a distanza affidata da AAMS a Sisal Match Point S.p.A.



L'esperienza di gioco è oggi possibile sia direttamente dal sito, sia scaricando appositi client di gioco. In entrambi i casi, le diverse modalità di accesso sono certificate da Enti terzi riconosciuti e approvati da AAMS. L'offerta Digital Games comprende: Poker, Casinò, Skill e Quick Games, Scommesse Sportive e Ippiche, Giochi Numerici a Totalizzatore Nazionale (SuperEnalotto e Vinci per la vita - Win For Life) e Gratta e Vinci.

I Consumatori dei servizi

I Consumatori dei servizi Sisal sono Cittadini che effettuano i pagamenti quotidiani in modo affidabile e veloce, grazie alla prossimità e alla capillarità delle ricevitorie Sisal sul territorio. Gli strumenti di dialogo appositamente dedicati ai servizi (terminale ubicato presso il punto vendita, SisalTV, siti web di Sisal) rafforzano la visibilità dell'offerta e accrescono la curiosità e la consapevolezza dei Consumatori verso le nuove proposte.

Recandosi in una delle ricevitorie Sisal e interfacciandosi con la Rete di Ricevitori Sisal adeguatamente formata, il Consumatore ha la possibilità di effettuare un'ampia serie di pagamenti (fra cui bollette, tributi e canone TV), ricariche telefoniche nazionali e internazionali, ricariche prepagate, servizi finanziari e piccoli acquisti. Tutto questo senza code, velocemente, con sicurezza e avendo così più tempo per se stessi.

Il dialogo con i Consumatori

La comunicazione nel punto vendita

Nel punto vendita il dialogo con i Consumatori è completo. Oltre ai materiali informativi, pubblicitari, promozionali e a SisalTV, circa la metà della Rete di ricevitorie Sisal è dotata del Customer Display (Cudi) nei terminali di ultima generazione.

È proprio su questi monitor, su cui girano costantemente video informativi sui prodotti e spot promozionali, che dal dicembre 2010 è stato lanciato lo spot di Mr. GIG, interamente costruito sul concetto di "Gioca il Giusto". Mr. GIG è un divertente personaggio che, attraverso vignette e sketch ludici, promuove un messaggio di gioco moderato, consapevole ed equilibrato. Nel corso del 2011 questi spot hanno avuto 64 passaggi al giorno, dalle 07.00 alle 23.00.

I materiali nei punti vendita

I materiali di gioco, che costituiscono il principale strumento di contatto fra Sisal e i Giocatori, sono stati pensati per comunicare con efficacia le caratteristiche, le regole e le fonti per approfondire la conoscenza del gioco stesso.

Per SiVinceTutto SuperEnalotto e i più recenti Vinci per la vita - Win for Life ed Eurojackpot, introdotti nel 2012, l'Azienda ha aggiunto anche uno specchietto illustrativo con l'indicazione delle probabilità di vincita per ciascuna categoria, a garanzia di una maggiore chiarezza e trasparenza nei confronti dei Giocatori.

Inoltre, tutti i materiali a disposizione indicano chiaramente al Giocatore i limiti e i vincoli per un gioco corretto e responsabile. Tutte le schede di gioco riportano infatti i loghi di:

- "Gioca il Giusto", che ricorda l'importante equilibrio fra divertimento e responsabilità
- +18, che sottolinea che tutti i giochi sono riservati ai maggiorenni

SisalTV

Sisal mette a disposizione dei propri Consumatori SisalTV, la business TV dell'Azienda nata nel luglio 1996. SisalTV è stata pensata per le due differenti tipologie di offerta: giochi e servizi di pagamento. SisalTV infatti si rivolge sia alle ricevitorie Sisal in cui sono proposti i prodotti Lottery, sia ai punti vendita che offrono i servizi di pagamento ai Cittadini tramite il Centro Servizi. SisalTV è un'importante fonte di intrattenimento e informazione su giochi, servizi e Gioco Responsabile ed è indirizzata a Giocatori, Consumatori e Ricevitori. Poiché il 72% dei punti vendita Sisal è costituito da bar e tabaccherie, è possibile stimare che le trasmissioni SisalTV abbiano un'audience giornaliera pari a circa 5 milioni di spettatori, suddivisi fra Giocatori (45%) e Consumatori dei punti vendita (55%).

SisalTV Sport, oltre a promuovere i prodotti di lotteria e i servizi di pagamento ai Cittadini tramite il Centro Servizi, rivolge un'attenzione particolare al mondo dell'ippica trasmettendo gli eventi di tutti gli ippodromi italiani. Sisal TV comunica i risultati delle estrazioni di ciascun prodotto Sisal, fra cui SuperEnalotto, SiVinceTutto SuperEnalotto, EuroJackpot e dal febbraio 2012 anche i risultati delle estrazioni di Vinci per la vita - Win for Life ogni cinque minuti.

Il Contact Center

È il principale elemento di supporto e assistenza al Giocatore, operativo 7 giorni su 7, 24 ore al giorno.

È composto da circa 40 operatori e fornisce i seguenti servizi:

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

L'attività di supporto e assistenza è gestita attraverso un numero telefonico dedicato (800.778.866), account mail specifici per area di gioco e fax.

Sisal e l'ascolto della Community

I siti web di Sisal

Sisal ha una forte presenza digitale e i suoi siti, nel complesso, sono visitati da circa 4 milioni di utenti ogni mese.

Sisal.com è il portale informativo che dà accesso ai siti principali del Gruppo.

Sisal.it è il portale dedicato ai giochi online di Sisal (concessione Sisal Match Point GAD 15155). È possibile giocare a tutti i giochi che il mercato consente di offrire attraverso internet: Scommesse (sportive e ippiche), Poker, Casinò, Skill Games, SuperEnalotto, Vinci per la vita - Win for Life, Gratta e Vinci, Bingo e QuickGames.

Il rapporto di Sisal.it con i suoi Giocatori inizia nella fase di registrazione e si struttura nei momenti di interazione e soprattutto nell'esperienza di gioco. In una relazione che intende diventare stabile e duratura la comunicazione è fondamentale. Sisal.it comunica con i suoi Giocatori attraverso il sito, via mail, tramite telefono con l'invio di sms e attraverso l'organizzazione di eventi sul territorio.

Le comunicazioni di Sisal.it verso i suoi Giocatori sono di tre tipi:

- informativa e di servizio
- promozionale
- caring

Sisal.it comunica secondo le regole di rispetto della privacy e secondo politiche definite di non disturbo che limitano il numero di comunicazioni indirizzate al Giocatore in un dato periodo di tempo.

L'obiettivo di Sisal.it è di instaurare un rapporto sempre più trasparente e interattivo con i propri Giocatori. Anche in quest'ottica nascono gli eventi Vip Party che Sisal.it organizza in alcune delle maggiori città italiane per celebrare e premiare i suoi Giocatori più fedeli e interagire direttamente con loro.

Sisalpokerlab.it è la scuola di poker firmata Sisal. Il sito offre la possibilità agli utenti registrati di accedere alle lezioni di poker redatte dal Sisal Poker Team composto da 10 Giocatori professionisti, capitanati da Dario Alioto, Campione del Mondo. È inoltre possibile consultare i blog direttamente curati dal Team e, con Poker Life, conoscere tutte le ultime novità provenienti dal mondo del poker.

Sisalpokerrewards.it è il sito creato per i Giocatori di Sisal Poker che aderiscono al programma fedeltà. Partecipando ai tornei Sisal Poker si accumulano punti che, su Sisal Poker Rewards, possono essere convertiti in bonus di gioco oppure in premi.

Giochinumerici.info è il sito attraverso il quale Sisal svolge il proprio ruolo istituzionale di Concessionario dei Giochi Numerici a Totalizzatore Nazionale (SuperEnalotto, Vinci per la vita - Win for Life, SiVinceTutto SuperEnalotto ed Eurojackpot). È realizzato secondo gli standard W3C al fine di garantire la massima accessibilità. Il sito offre tutte le informazioni sui giochi, la diretta streaming delle estrazioni e l'elenco dei rivenditori online, fra cui anche Sisal, autorizzati a offrire i prodotti.

Sisalwincity.it è il sito dedicato alla nuova catena di sale Sisal che propone un'idea innovativa di entertainment, unendo l'emozione del gioco al piacere di una serata in compagnia in un ambiente sicuro e tecnologico.

Sisal e Facebook

Nel 2009 Sisal è stata la prima azienda del settore ad apparire su Facebook con l'obiettivo di instaurare un rapporto diretto con i suoi Consumatori. L'attività di relazione è stata avviata con la "fan page" SuperEnalotto e nei due anni successivi è stata estesa ad altri giochi (Vinci per la vita - Win for Life, Scommesse Match Point, Sisal Poker, Sisal Bingo, Sisal Casinò, Eurojackpot). Le "fan page" permettono ai Consumatori Sisal di relazionarsi e dialogare con l'Azienda, con particolare riferimento all'offerta di prodotti e servizi. Nel 2011 la community Facebook di Sisal ha superato i 700.000 fan.



I siti Business to Business

La realtà web di Sisal si rivolge anche ai Business Partner: principalmente Ricevitori e Gestori Slot. **Ricevitoresisal.it**, il portale dei Ricevitori è la piattaforma di relazione fra Sisal e tutti i suoi Ricevitori.

Bacheca.sisal.it, la Bacheca dei Sistemi è il sito dove nascono i sistemi che poi si possono acquistare in ricevitoria.

Gestore.sisal-slot.it, il portale dei Gestori è il sito riservato ai Gestori degli apparecchi da intrattenimento Partner di Sisal.

La Carta dei Servizi dei giochi pubblici a distanza

Nella gestione della concessione per la raccolta dei giochi pubblici a distanza Sisal Match Point ha sottoscritto la Carta dei Servizi per il gioco a distanza. La predisposizione della Carta si inserisce nell'ambito della comunicazione istituzionale di AAMS per consentire ai Giocatori sia di essere aggiornati costantemente sull'introduzione di nuove regole, sia di distinguere facilmente il gioco lecito da quello illegale o non autorizzato. La Carta dei Servizi è considerata uno strumento di informazione e di comunicazione che regola i rapporti fra il Giocatore e AAMS attraverso Sisal Match Point in qualità di Concessionario e costituisce un vero e proprio "contratto" informale fra le parti.

6 La Carta dei Servizi è consultabile sul sito internet di AAMS

La Carta dei Servizi⁶ è costituita da:

- una parte generale che presenta AAMS, la sua Mission, la sua struttura, i servizi erogati;
- una parte di approfondimento del gioco a distanza contenente gli impegni annuali e, a regime, i risultati ottenuti nell'anno precedente;
- una parte relativa all'ascolto del Giocatore che comprende la valutazione dei servizi forniti dai Concessionari e le modalità di segnalazione e di gestione dei reclami.

La Carta è entrata in vigore nel 2011 con la sottoscrizione della nuova concessione per il gioco a distanza ed è prevista la sua applicazione sanzionatoria a partire dal secondo semestre del 2012.

I Business Partner

Engagement nei confronti dei Business Partner

INFORMARE:	Convention BU Entertainment: rapporto con i noleggiatori e con l'assistenza tecnica BU Digital Games and Services: Partner servizi e piattaforme di gioco, siti di gioco Gestione siti aziendali
ASCOLTARE:	Rapporti quotidiani tramite i buyer
CONSULTARE:	Richieste di servizi e prodotti specifici
COINVOLGERE:	Formazione dedicata al Gioco Responsabile con agenzie e Partner di comunicazione
COLLABORARE:	Sottoscrizione da parte dei Business Partner del Codice Etico e di Comportamento di Sisal Circuiti di gioco per la gestione di piattaforme digitali che vedono la partecipazione di più Concessionari in chiave collaborativa

I Fornitori

Il Codice Etico e di Comportamento adottato da Sisal ai sensi dell'ex D.Lgs. 231/01 prevede che l'Azienda mantenga un dialogo diretto e aperto con i Fornitori per garantire la massima collaborazione nell'assicurare costantemente il soddisfacimento delle esigenze dell'Azienda e dei suoi Consumatori finali, in termini di qualità, costi e tempi di consegna.

Sisal garantisce ai propri Fornitori una comunicazione diretta e trasparente e la condivisione di responsabilità nella risoluzione rapida dei problemi, collaborando per minimizzare e gestire i rischi di business e migliorare le procedure. Sisal ha rapporti consolidati con numerosi Fornitori che sono parte integrante della sua attività di business. Il mercato dei giochi è in continua evoluzione e Sisal è consapevole che incrementare il proprio vantaggio competitivo significa anche assicurare un miglioramento continuo in termini di efficienza e innovazione sia per i prodotti che per le prassi aziendali. Ciò avviene anche attraverso l'attivazione di rapporti di collaborazione con nuovi Fornitori.

Allo stesso tempo Sisal dedica grande attenzione al rispetto dei requisiti richiesti dagli aggiornamenti normativi del settore del gioco e alle aspettative dei propri Stakeholder. Il raggiungimento di questo obiettivo presuppone relazioni ottimali con tutta la catena dei Fornitori e performance sempre più elevate. Per quanto riguarda le risorse essenziali per la gestione delle attività, i Fornitori vengono suddivisi nelle seguenti tipologie di acquisto:

- Terminali di gioco
- Materiali di gioco
- Servizi logistici e di trasporto
- Servizi di Call Center
- Media, eventi, marketing, ricerche di mercato
- Servizi di comunicazione voce e dati
- Hardware e software
- Servizi di consulenza
- Appalti di ristrutturazione
- Servizi alla persona e agli edifici

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

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

Ogni Fornitore è a conoscenza del Codice Etico e di Comportamento adottato da Sisal e ha la possibilità di riceverne una copia su richiesta o di prenderne visione sul sito aziendale. L'impegno all'osservanza delle norme e dei principi in esso contenuti è previsto nel contratto che regola il rapporto fra il Fornitore e l'Azienda.

I Partner Lottery

Sisal opera sul mercato avvalendosi dei servizi di una Rete di Fornitori selezionati con accuratezza con cui si impegna a creare, nel tempo, una relazione di fiducia. L'obiettivo dell'Azienda infatti è quello di instaurare un rapporto di fiducia consolidata in grado di arricchire di esperienze e competenze la propria offerta di mercato. Le relazioni di fornitura con i Fornitori strategici sono diventate quindi delle vere e proprie partnership.

I Partner Entertainment

Sisal Slot si avvale della partnership con aziende leader nel panorama internazionale: i Business Partner forniscono giochi e piattaforme di collegamento per gli apparecchi da intrattenimento (Adi).

I Partner della piattaforma digitale

Sisal Match Point si avvale di prestigiosi Partner internazionali per la gestione di alcuni giochi a distanza.

Playtech, società leader nella realizzazione di piattaforme di gioco online, è Partner per l'offerta di gioco di Bingo, Casinò e Poker online.

Playtech opera nel settore del gioco a distanza da oltre dieci anni con oltre 1.200 dipendenti ed è quotata alla Borsa di Londra con una presenza aziendale in tutti i principali mercati regolamentati in Europa.

Tutto il portafoglio prodotti e il sistema RNG (Random Number Generator) sono certificati da TST-GLI, società di certificazione internazionale con sede centrale a Vancouver.

Il Gruppo Playtech è da sempre attento alle tematiche del Gioco Responsabile, contribuendo attivamente alle iniziative della Great Foundation, onlus inglese dedicata ai problemi del gioco compulsivo, ed è membro della Remote Gambling Association (RGA), Associazione di categoria che ha stilato il "Social Responsibility Code", un codice di comportamento che identifica alcune regole di condotta in materia di Gioco Responsabile.

Neogames è la società Partner di Sisal per i Quick Games, giochi istantanei offerti nell'ambito dei giochi di sorte a quota fissa. Nata nel 2005 e specializzata nei giochi "instant win", è diventata negli anni leader mondiale del settore. Attualmente in Italia collabora in esclusiva con Sisal.

I giochi e il sistema RNG (Random Number Generator) sono certificati da Itechlabs e la piattaforma di gioco di Neogames è strutturata in maniera estremamente flessibile, in modo da poter essere adeguata di volta in volta ai diversi requisiti dei Paesi regolamentati. Le policy sul Gioco Responsabile di Neogames prevedono il pieno supporto al Partner nell'identificazione e gestione dei Giocatori compulsivi e nella fornitura di strumenti che prevedono limiti di giocare e deposito, auto-esclusione e controllo dei comportamenti di gioco a rischio.

Game Account Network è una società leader nel mercato dei giochi di abilità e Partner di Sisal Match Point per l'offerta di gioco Skill Games. Nata nel 2001 con la Mission "Look Beyond Poker" per differenziarsi dai numerosi provider già presenti sul mercato di poker online, Game Account ha deciso di specializzarsi su altri giochi di abilità come Backgammon e Domino. In particolare sul mercato italiano, Game Account è riuscita a crearsi un eccellente posizionamento grazie alla realizzazione di popolari giochi di carte come Briscola, Scopa e Burraco. I giochi e il sistema RNG (Random Number Generator) sono certificati da TST-GLI, società di certificazione internazionale con casa madre a Vancouver e sedi in sei nazioni nel mondo. Nel

2011 Game Account ha vinto il Premio EGR – Egaming Review come fornitore dell'anno di Skill Games.

I circuiti di gioco

La raccolta del gioco a distanza si distingue per una gestione dei prodotti condotta tramite i cosiddetti "circuiti di gioco". Il circuito di gioco prevede la partecipazione di più Concessionari alla gestione delle piattaforme in chiave collaborativa. È un sistema di gestione particolare che nel 2011 ha visto collaborare Sisal con i principali Concessionari del mercato dei giochi.

La creazione di un circuito nasce innanzitutto dalle esigenze dettate dai regolamenti di gioco, quali i giochi di carte e il Bingo: nell'organizzazione di un torneo di giochi di carte o nella formazione di una sala Bingo online la maggiore affluenza di Giocatori permette la formazione di premi più interessanti e una maggiore interazione sociale grazie alla presenza delle "chat". A dimostrazione di ciò, si assiste oggi a una suddivisione del mercato dei giochi a distanza in numerosi circuiti di gioco.

Il fenomeno dei circuiti di gioco consente inoltre un efficace monitoraggio dei Giocatori "collusivi" grazie alla contemporanea inibizione del Giocatore malevolo da parte di tutti i Concessionari aderenti.

I Partner dei servizi di pagamento

Il Gruppo Sisal si avvale della collaborazione di numerosi Partner di alto livello che operano in settori trasversali:

- ricariche e carte: operatori leader nel settore della telefonia mobile e fissa e nel mercato della TV digitale e satellitare;
- pagamenti: aziende multi-utilities leader nei servizi di vendita di energia elettrica, acqua e gas, Enti autorizzati alla riscossione dei tributi, Comuni, Regioni e Pubblica Amministrazione;
- carte prepagate: principali Istituti di Credito;
- altri servizi: aziende presenti nel settore delle spedizioni e del trasferimento di denaro.

Le Associazioni

Engagement nei confronti delle Associazioni

INFORMARE: Sito Istituzionale
Rapporto Sociale

ASCOLTARE: Meeting specifici

CONSULTARE: Dialogo con Confindustria per la comunicazione del Sistema della filiera gioco
EL e WLA

COINVOLGERE: Tavoli tematici

COLLABORARE: Cooperazione in progetti di ricerca

Sisal e le Associazioni italiane di categoria

Negli ultimi anni, fra i Concessionari del settore dell'intrattenimento si è diffusa l'idea e la necessità di confrontarsi attraverso un dialogo aperto in merito alle difficoltà e alle criticità proprie della realtà all'interno della quale operano. Nell'ottica di fare e agire come "sistema", il 4 dicembre 2006 è nata ACADI (Associazione dei Concessionari degli Apparecchi da Divertimento e Intrattenimento) con lo scopo di rappresentare, tutelare e divulgare gli interessi delle imprese che operano nel settore del gioco lecito. Conformemente allo spirito che ne ha favorito la costituzione, nel corso degli anni ACADI ha condotto numerose attività e iniziative finalizzate ad affermarsi quale interlocutore diretto dell'Amministrazione Autonoma dei Monopoli di Stato (AAMS), nonché delle Istituzioni politiche e amministrative di riferimento.

Nel 2008 è nata anche Giochi e Società, Associazione di Concessionari con l'obiettivo di coinvolgere gli operatori che condividono la necessità di avere un dialogo trasparente e positivo con le Istituzioni sul tema delle scommesse e del gioco a distanza.

Con questo spirito, alla fine del 2011 si è costituita a Roma, nell'ambito di Confindustria Servizi Innovativi e Tecnologici, la Federazione di Filiera dell'Industria del Gioco e dell'Intrattenimento, denominata SISTEMA GIOCO ITALIA, una nuova organizzazione che riunisce gli attori coinvolti nella gestione dei giochi autorizzati dallo Stato.

In essa sono confluite, oltre ad ACADI e Giochi e Società, anche le associazioni ACMI (Associazione Nazionale Costruttori Macchine Intrattenimento), AS.TRO-Assotrattenimento (Associazione dei Gestori degli Apparecchi da Intrattenimento), Federbingo (Federazione Nazionale Concessionari Bingo), Federippodromi (che raggruppa i principali ippodromi di galoppo e trotto italiani). Tutti insieme questi soggetti sono espressione della filiera industriale del gioco pubblico italiano.

L'obiettivo della Federazione è di rappresentare gli interessi convergenti dell'intero settore del gioco al fine di elaborare strategie e proposte condivise, con particolare riferimento alle politiche fiscali, alla tutela della legalità, dei minori e alla promozione del Gioco Responsabile, e costruire nel tempo un'immagine e una comunicazione di settore che siano in grado di rappresentare il mercato dei giochi italiano in maniera corretta, coordinata ed efficace.

Sisal e le Associazioni internazionali di categoria

Sisal collabora da tempo con European Lotteries (EL), Associazione internazionale indipendente che raccoglie le lotterie di Stato e gli operatori di gioco presenti in Europa (più di 70 operatori), nata nel 1999 con l'obiettivo di promuovere lo sviluppo degli operatori di gioco europei e la collaborazione fra i suoi membri. European Lotteries si impegna a contrastare il gioco illegale e a minimizzare qualsiasi potenziale rischio derivante dal gioco.

Nel febbraio 2011 Sisal ha ottenuto la certificazione della European Lotteries per il Programma di Gioco Responsabile. L'impegno di Sisal è stato premiato dalla European Lotteries anche nel 2012 con la conferma della certificazione di Gioco Responsabile.

La World Lottery Association (WLA), nata nel 1999, è un'organizzazione che rappresenta a livello mondiale le lotterie autorizzate di numerosi Paesi. WLA 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 e al rispetto per i sistemi legali autorizzati che stabiliscono dove e in quale forma i prodotti di gioco posso-

no essere offerti ai Cittadini di un determinato Paese. È inoltre impegnata a condividere conoscenze ed esperienze per migliorare l'attività dei propri membri nell'interesse di tutti gli Stakeholder.

Alla fine del 2011 Sisal ha cominciato il processo di verifica presso la World Lottery Association, che si è concluso positivamente nei primi mesi del 2012 con l'ottenimento della certificazione al massimo livello (il 4°) sul Responsible Gaming.

I Partner di Sisal per la Ricerca

La Fondazione per la Sussidiarietà si è costituita nel 2002 per iniziativa di Giorgio Vitadini in collaborazione con un gruppo di accademici ed esponenti del mondo culturale e imprenditoriale. Ha come Mission l'approfondimento scientifico-culturale e la diffusione di una visione della società basata sulla centralità della persona e sul principio di sussidiarietà, con particolare enfasi sugli aspetti educativi a esso connessi. La Fondazione è concepita come un luogo di ricerca, formazione e divulgazione sulle tematiche sociali, economiche e politiche e nel tempo ha avviato numerose collaborazioni multidisciplinari a livello nazionale e internazionale. Sisal ha scelto come Partner Fondazione Sussidiarietà perché riconosce alla persona un forte valore di centralità, per l'importanza assegnata al dialogo e al confronto come basi di pluralismo e condizioni per la crescita di ogni identità, per la coscienza critica che guida le attività di ricerca condotte in sinergia con Dipartimenti scientifici di eccellenza.

ModaCult – Centro per lo studio della moda e della produzione culturale è un centro di ricerca fondato nel 1996 nel solco della tradizione del Dipartimento di Sociologia e della Facoltà di Scienze Politiche dell'Università Cattolica di Milano. Sono coinvolti docenti e ricercatori universitari, italiani e stranieri, ed esperti professionisti. Vanta una reputazione internazionale per lo studio dei consumi, delle imprese culturali e delle *creative industries*. Tratto distintivo di ModaCult è l'applicazione della metodologia qualitativa d'indagine per comprendere le dimensioni simboliche, manifeste e latenti, dei fenomeni sociali.

Sisal, insieme ad altre Associazioni e aziende di settore, in linea con le indicazioni di AAMS, ha promosso nel 2010 il progetto di ricerca triennale "Giocare per Gioco" su Gioco Responsabile e Comunicazione. La ricerca, condotta dalla Fondazione per la Sussidiarietà in collaborazione con l'Università Cattolica di Milano e ModaCult, ha l'obiettivo di monitorare periodicamente la percezione, le tendenze e la considerazione sociale del gioco in particolare da parte del mondo giovanile.

La School of Management del Politecnico di Milano, costituita nel 2003, accoglie le molteplici attività di ricerca, formazione e alta consulenza nel campo del management, dell'economia e dell'industrial engineering che il Politecnico realizza attraverso le sue strutture interne e le collaborazioni accademiche internazionali. Si avvale di oltre 240 docenti e di circa 80 dottorandi e collaboratori alla ricerca. Le attività della School of Management legate alle Tecnologie dell'Informazione e della Comunicazione (ITC) & Strategia si articolano in:

- Osservatori ITC & Management che fanno capo per le attività di ricerca al Dipartimento di Ingegneria Gestionale. Gli Osservatori ICT & Management, che si avvalgono della collaborazione dell'ICT Institute Management del Politecnico di Milano, studiano in particolare l'impatto delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione sul business delle aziende. Gli Osservatori si rivolgono in particolare ai manager e ai *decision*

maker delle aziende utilizzatrici di ITC e forniscono approfondimenti sulle opportunità offerte dalle soluzioni più innovative attraverso ricerche, *case studies*, analisi di benchmarking. Sisal sostiene l'attività di ricerca degli Osservatori sui comparti gioco online e NewSlot & VLT.

- Formazione executive e programmi Master.

LexGiochi, rivista di diritto dei giochi e delle scommesse nata nel 2010, è una rivista giuridica telematica specializzata che raccoglie una vasta produzione documentale, normativa e giurisprudenziale e ospita articoli e commenti di leggi e sentenze. La rivista promuove un'intensa attività scientifica di ricerca, studio e approfondimento sulle tematiche di maggiore rilevanza per il settore del gioco, avvalendosi della collaborazione di alti magistrati, avvocati di Stato, professori universitari ed esperti della materia che compongono il Comitato Scientifico.

Ha avviato accordi di collaborazione con le Associazioni del settore e con Centri di ricerca nazionali e internazionali dedicati al gioco e si adopera per promuovere la nascita e il consolidamento di una vera e propria dottrina del diritto dei giochi, anche attraverso l'organizzazione periodica di convegni e seminari che vedono il coinvolgimento e la partecipazione di numerosi esponenti istituzionali. LexGiochi ha promosso la nascita di Osservatori che sostengono un'attività di studio e ricerca mirata su ambiti specifici di grande importanza, come il diritto penale e l'antiriciclaggio, il diritto dell'UE, gli Enti locali, il gioco a distanza e il gioco problematico.

GamRes è una società canadese che studia la psicologia del gioco applicata allo sviluppo di strategie e strumenti efficaci a servizio del Gioco Responsabile. È costituita da un team di psicologi con esperienza pluriennale che si avvale della collaborazione di una rete internazionale di esperti. L'applicazione della ricerca congiunta a un'analisi approfondita del mercato risponde all'esigenza di bilanciare l'offerta di giochi responsabili in contesti progettati secondo un'ottica di sostenibilità, con l'obiettivo di offrire ai Giocatori un'esperienza di gioco emozionante e divertente.

Sisal ha collaborato con GamRes per l'adozione di GAM-GaRD, uno strumento per la valutazione preventiva del rischio associato ai giochi.

L' Ambiente

Engagement nei confronti dell'Ambiente

- INFORMARE: Sito Istituzionale
 Rapporto Sociale
 Comunicati stampa
- ASCOLTARE: Attenzione continua a tutte le tematiche di interesse ambientale
- CONSULTARE: Dialogo con Associazioni ambientaliste
- COINVOLGERE: Sensibilizzazione interna e rivolta alla Rete (raccolta differenziata, riduzione consumo di carta, etc.)
- COLLABORARE: Certificazione FSC in stretta collaborazione con i Partner selezionati

L'impegno per l'ambiente

L'attenzione all'ambiente rappresenta una componente fondamentale della Responsabilità Sociale dell'Azienda. Sisal ha concretizzato il proprio impegno verso il rispetto ambientale attraverso specifici progetti, alcuni già avviati e altri in fase di realizzazione, tutti accomunati dall'obiettivo di ridurre l'inquinamento e lo spreco di risorse.

Tutti i Dipendenti sono chiamati ad adottare comportamenti e atteggiamenti volti alla corretta gestione delle problematiche ambientali e a limitare il consumo di risorse.

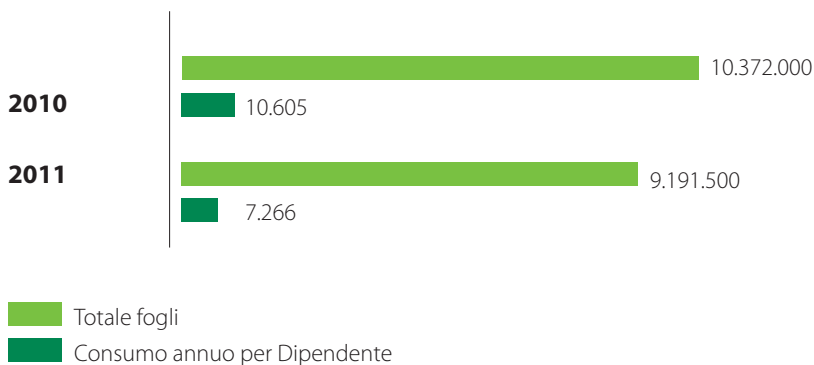
Riciclaggio e riduzione dei consumi di carta. Alla fine del 2010 Sisal ha lanciato due campagne interne:

- "Non rifiutare r...accogli": con l'obiettivo di incoraggiare la raccolta differenziata in Azienda. Per questo, in tutte le sale ristoro e vicino alle stampanti sono stati posizionati i "robotini" per la raccolta differenziata di carta, vetro e plastica.

I risultati della raccolta differenziata del 2011 sono: 28.000 kg di carta, 6.000 kg di plastica e 5.200 kg di lattine e alluminio.

- "Un passo avanti... scrivi sul retro": con l'obiettivo di sensibilizzare i Dipendenti a stampare solo in caso di necessità, a impostare l'opzione fronte/retro e a stampare in bianco e nero.

I risultati della riduzione dei consumi di carta del 2011, ancora più significativi se si tiene conto dell'incremento occupazionale, sono evidenziati nel grafico seguente:



Risparmio energetico. Un ulteriore obiettivo di risparmio nel 2011 ha riguardato l'utilizzo di energia proveniente da fonti rinnovabili. Il risultato ottenuto è stato di 9.974 tonnellate di anidride carbonica non immessa in atmosfera a fronte di un consumo di energia di 11 Gwh proveniente da fonti rinnovabili.

Riduzione dei consumi. Di seguito, i principali progetti finalizzati nel corso del 2011 che hanno avuto un forte impatto sulla salvaguardia ambientale:

- Sisal ha ridotto la quantità di carta termica utilizzata nella produzione dei rotoli per le ricevute di gioco ottenendo un risparmio del 15% sull'ammontare della materia prima impiegata. Inoltre, la carta termica scelta da Sisal è completamente priva di Bisfenolo A e quindi non inquina. In aggiunta, in quanto totalmente riciclabile, garantisce un ulteriore impatto significativo sulla sostenibilità ambientale. Sebbene il Bisfenolo A sia una sostan-

za nociva per l'ambiente e probabilmente anche per l'uomo, in Italia non esiste ancora un controllo giuridico a questo riguardo. Sisal, su propria iniziativa, ha voluto produrre rotoli esenti da questa sostanza dannosa.

- La Divisione Logistica di Sisal ha avviato con il suo operatore di riferimento una razionalizzazione e un'ottimizzazione sia del programma che della modalità di consegna. Questa iniziativa si è tradotta in:
 - > una drastica riduzione di CO₂, pari a 525,55 tonnellate, grazie a un programma di consegna più efficiente;
 - > una drastica riduzione dell'utilizzo di plastica, pari a circa 26,4 tonnellate, grazie al non utilizzo di buste di plastica nei principali processi logistici.

La certificazione FSC. Nel corso del 2011 Sisal, in stretta collaborazione con i Partner selezionati, ha ottenuto l'importante certificazione FSC®.

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

Il Gruppo FSC Italia è un'Associazione nata nel 2001 e riconosciuta ufficialmente nel 2002 da FSC International. Si dedica a numerose attività, fra cui:

- definizione di standard di buona gestione forestale in conformità ai principi e ai criteri del FSC International e adatti alle diverse realtà forestali del territorio italiano;
- fornitura di assistenza tecnica e informazioni sulla certificazione FSC;
- promozione del marchio FSC e vigilanza ai fini del corretto uso del medesimo;
- scambio di conoscenze e informazioni fra i soggetti coinvolti nella gestione forestale e nel settore della lavorazione del legno;
- promozione di studi e progetti pilota sui temi della gestione forestale sostenibile, della certificazione e del mercato dei prodotti forestali certificati.

Anche in Italia il marchio FSC ha assunto un ruolo chiave nel marketing dei prodotti legnosi e cartacei: è sinonimo di credibilità e innovazione, garantisce la legalità della filiera legno-carta e assicura la gestione responsabile delle risorse forestali.

Il marchio FSC®, che identifica i prodotti contenenti legno proveniente da foreste gestite in maniera corretta e responsabile secondo rigorosi standard ambientali, sociali ed economici, e la dicitura "carta rispettosa dell'ambiente e della natura" sono presenti sui rotoli di carta dell'Azienda e, a breve, su tutti i materiali di gioco con riferimento alla sostenibilità della filiera produttiva.

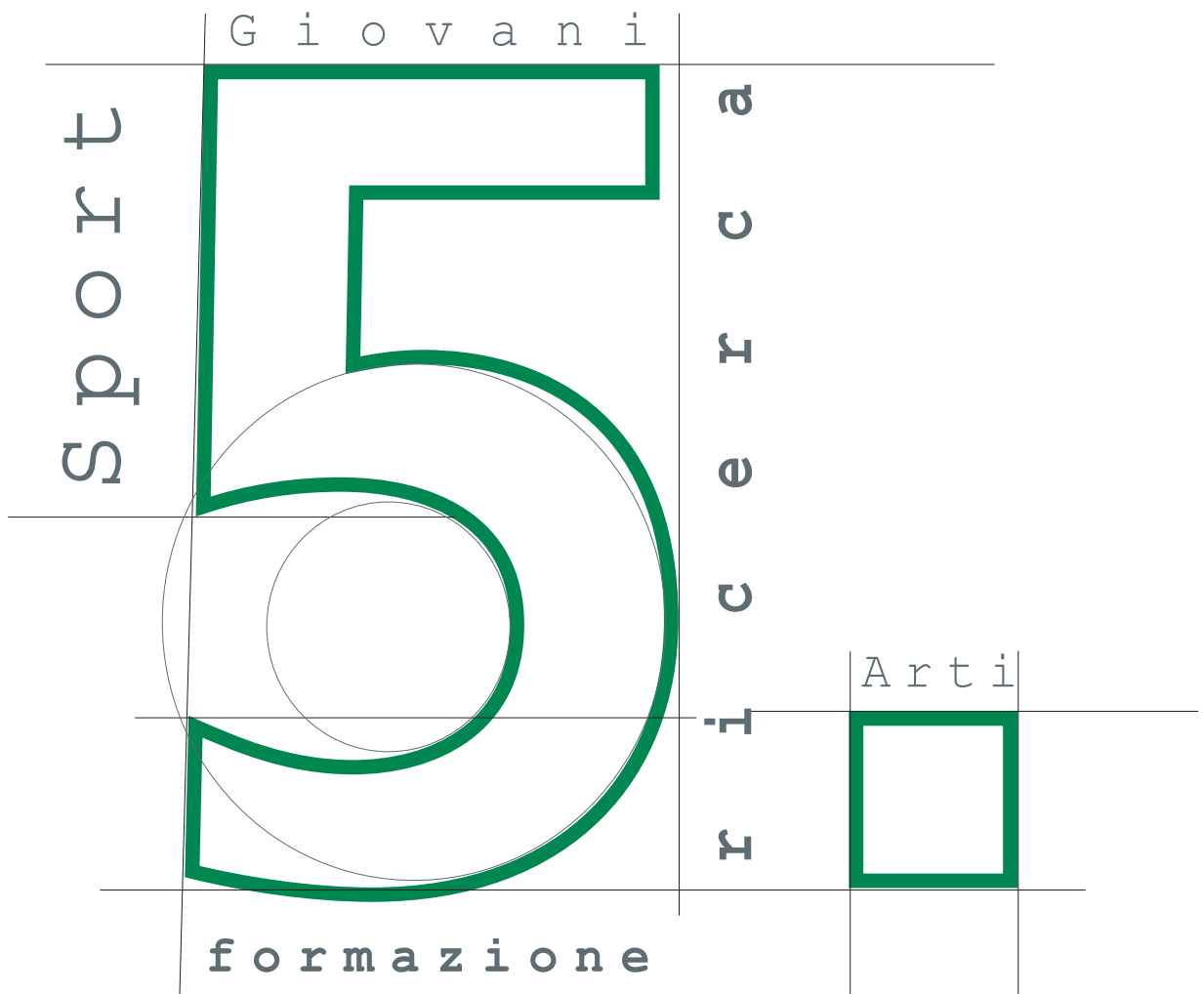
Nel corso del 2011 il rispetto del protocollo FSC® e la riduzione dei quantitativi di carta nei materiali di gioco hanno permesso a Sisal di salvaguardare circa 13.000 alberi.



*Italia. 150 eventi in piazza
per ri-disegnare l'Italia
2011
Castello di Rivoli
Museo d'Arte Contemporanea*

**5. LA SOSTENIBILITÀ
SOCIALE:
LA COMUNITÀ**

5. LA SOSTENIBILITÀ SOCIALE: LA COMUNITÀ



La sostenibilità sociale e la Corporate Social Responsibility di Sisal nei confronti della Comunità si concretizzano nel Piano d'Azione "Facciamo Vincere i Giovani" che sostiene progetti diffusi sul territorio nazionale volti alla creazione di opportunità formative e di crescita con l'obiettivo di costruire un futuro migliore per le giovani generazioni.

Il Programma di Responsabilità Sociale di Sisal

Dal 2009 Sisal ha deciso di qualificare ulteriormente la propria presenza nella Comunità sviluppando una strategia specifica di Corporate Social Responsibility e varando il Piano d'Azione di CSR "Facciamo Vincere i Giovani" che ogni anno viene implementato con nuove iniziative, progetti e collaborazioni. Il Piano triennale 2009-2011 è declinato in iniziative che creano concrete opportunità di formazione e socializzazione per le giovani generazioni, che valorizzano i giovani talenti e che si occupano anche di emergenze sociali.

Gli elementi distintivi del Piano di intervento a favore della Comunità sono:

- >> Forte interazione con i Partner di progetto: Sisal mette a disposizione dei progetti selezionati sul territorio le proprie risorse e le proprie competenze, attivando un dialogo costante e diventando un vero e proprio Partner attivo di progetto, al fine di verificare periodicamente bisogni e risultati.
- >> Selezione di progetti di intervento con una forte connessione con il territorio.
- >> Monitoraggio costante delle attività e dei bisogni del territorio anche attraverso incontri con rappresentanti di Istituzioni, Organizzazioni e Associazioni.
- >> Comunicazione costante agli Stakeholder delle attività svolte attraverso modalità on e offline.

Engagement nei confronti della Comunità

INFORMARE:	Comunicazione ai media Comunicazione sui siti web di Sisal Pubblicazione del Rapporto Sociale
ASCOLTARE:	Attenzione ai bisogni del territorio attraverso il dialogo con i Partner di progetto
CONSULTARE:	Incontri con i rappresentanti di Istituzioni, Organizzazioni e Associazioni Dialogo per la definizione di forme di sostegno e collaborazione
COINVOLGERE:	Comunicazione dei progetti in corso ai Dipendenti e alla Rete Proposta del Piano d'Azione di CSR ad Associazioni e Organizzazioni
COLLABORARE:	Raccolta fondi Collaborazione con le università Definizione di progetti gestiti in partnership

Sisal ha deciso di investire su azioni di grande impatto da realizzare con Partner altamente qualificati e di consolidata esperienza nei rispettivi settori di attività. Per la selezione dei Partner, l'Azienda ha applicato criteri rigorosi che tengono conto del loro know how consolidato negli specifici ambiti di intervento e dell'eccellenza riconosciuta al loro operato a livello nazionale e internazionale.

Le aree strategiche del Piano d'Azione rivolto alla Comunità, su cui Sisal ha concentrato i propri investimenti a completamento della propria strategia complessiva di Corporate Social Responsibility, corrispondono a momenti diversi del percorso di crescita delle giovani generazioni e sono state pensate per rispondere in modo concreto a bisogni specifici. Queste aree sono:

Sisal Junior Stars

sostegno ai bambini e ai giovani in situazioni di disagio e difficoltà

Sisal Academy

opportunità di formazione per giovani talenti

Sisal per lo Sport

sostegno ad attività sportive che veicolano valori di socializzazione, fair play e crescita costruttiva

Sisal per le Arti

promozione di progetti e manifestazioni di arte e cultura, considerate occasioni di crescita relazionale e di aggregazione sociale positiva

Sisal per la Ricerca

iniziativa di raccolta fondi destinati alla ricerca attraverso la Rete Distributiva di Sisal

Nel Piano d'Azione "Facciamo Vincere i Giovani" 2011 Sisal ha rafforzato ulteriormente il proprio impegno per realizzare interventi che diano risposte concrete e immediate alle esigenze della Comunità di riferimento. Per avviare iniziative sempre più efficaci, Sisal è in dialogo costante con i propri interlocutori, costituiti principalmente da Associazioni e Organizzazioni no profit che operano sul territorio.

Per ottimizzare gli interventi e realizzare in concreto i progetti all'interno della Comunità, Sisal ha scelto di mettere a disposizione dei Partner non solo le proprie risorse economiche, ma anche le proprie competenze specifiche e la propria Rete Distributiva il cui apporto solidale è fondamentale per il successo delle iniziative grazie alla sua capillare presenza sul territorio nazionale.

Sisal Junior Stars



Obiettivo	Aiutare bambini e giovani in difficoltà
Criteri di scelta dei Partner e dei progetti	Forte connessione con il territorio
	Competenze specifiche e riconosciute sul territorio
	Materialità dei progetti proposti

Sisal Junior Stars è l'area del Piano d'Azione dedicata ai bambini e ai giovani in difficoltà o coinvolti in situazioni di emergenza.

Principali progetti sostenuti nel 2011

Save the Children



Save the Children
Italia ONLUS

In quest'area prosegue con successo la collaborazione con Save the Children, partnership nata nel 2009 per rispondere ai bisogni delle popolazioni terremotate in Abruzzo e proseguita nel 2010 con il progetto pilota "In-Contro" per far fronte all'emergenza dell'abbandono scolastico nella città di Roma, un fenomeno purtroppo diffuso a livello nazionale.

Il progetto "In-Contro"

Nel 2011 Sisal ha rinnovato la partnership strategica con Save the Children confermando il proprio sostegno all'Organizzazione per le attività di tutela dei diritti dei minori e, in particolare, per il progetto "In-Contro", attivato a Roma nel marzo 2010.

Il progetto "In-Contro", finalizzato a prevenire la dispersione scolastica dei minori nelle aree marginali e periferiche della città di Roma, nasce da un protocollo di intesa e una convenzione siglata nel 2010 fra il Comune di Roma, Save the Children Italia e Sisal. L'iniziativa "In-Contro" ha definito un metodo di approccio replicabile in contesti sociali e territoriali diversi e ha sperimentato la propria strategia di intervento nel XII Municipio di Roma attraverso il coinvolgimento di un centro di formazione professionale e di realtà sociali già da anni impegnate nel quartiere per rispondere alle esigenze dei cittadini più giovani.

Sisal ha sposato questo progetto proprio perché promuove una visione e un approccio al fenomeno che non coinvolge solo la scuola, ma anche i giovani, le loro famiglie, gli insegnanti, il tessuto sociale. Non si tratta, quindi, di una proposta rivolta esclusivamente all'istituzione scolastica, bensì di un'iniziativa che interessa l'intero settore formativo, inteso come insieme di politiche, pratiche e approcci operativi.

Spesso infatti il minore vive non soltanto una difficoltà scolastica, ma anche un disagio più diffuso che riguarda l'ambiente sociale e familiare in cui vive. Le carenze scolastiche, a loro volta, possono innescare una serie di conseguenze negative sul presente e sul futuro del ragazzo, che si ritrova con un bagaglio di competenze, strumenti e capacità spesso inadeguati a fronteggiare sia un mercato del lavoro sempre più difficile, sia la complessità della vita, soprattutto in un contesto urbano.

Il progetto "In-Contro" si articola in:

Attività di accoglienza e servizi di base nel Centro diurno dell'Associazione Pontedincontro

Fra il settembre 2010 e l'aprile 2011 il Centro d'accoglienza presso l'Associazione Pontedincontro ha accolto 365 giovani: 223 ragazze e 142 ragazzi. Oltre la metà (61%) ha frequentato il Centro più di una volta: ciò testimonia il desiderio dei giovani di tornare per usufruire dei percorsi di orientamento offerti. La fascia d'età prevalente va dai 14 ai 17 anni, tuttavia non mancano utenti di età inferiore, dai 10 ai 13 anni, provenienti da famiglie e da contesti particolarmente disagiati.

Attività formative nel Centro diurno dell'Associazione Pontedincontro

I ragazzi e le ragazze sono stati coinvolti in percorsi di affiancamento allo studio, alfabetizzazione informatica e in attività sportive. Inoltre, è stato chiesto a ognuno di loro di contribuire alla realizzazione della struttura del Centro per creare un ambiente condiviso e familiare e per sensibilizzare e responsabilizzare i ragazzi sulla salvaguardia e il mantenimento di uno spazio collettivo.



Minori intercettati attraverso attività di outreach

Due operatori dell'équipe sono intervenuti, circa una volta al mese, su strada o in luoghi della zona sud di Roma: fra l'ottobre 2010 e l'aprile 2011 sono stati eseguiti 192 contatti di età compresa fra i 13 e i 18 anni.

Attività nel Centro di Formazione Professionale Ernesto Nathan

È stato attivato per i docenti un percorso di nove incontri, di cinque ore ciascuno, sulle tecniche di gestione dei conflitti, sul riconoscimento delle problematiche che portano alla dispersione scolastica e sull'organizzazione e il coordinamento di interventi di sostegno per i minori a rischio. Gli insegnanti hanno valutato positivamente l'iniziativa, richiedendo peraltro un secondo corso di aggiornamento (svoltosi nei mesi di giugno e luglio 2011), e hanno elaborato nuove prospettive di analisi e di collaborazione.

Gli studenti sono stati coinvolti in un laboratorio incentrato sul riconoscimento dei diritti dell'infanzia e sulla gestione dei propri stati emozionali. Inoltre, un pomeriggio alla settimana, hanno partecipato ai laboratori di teatro e alla ricerca di gruppo. Le attività di laboratorio sono state complesse: in alcune classi i risultati ottenuti hanno contribuito a comprendere le problematiche che i ragazzi vivono nei loro ambienti quotidiani (la famiglia, la scuola, i luoghi del tempo libero). È emersa, inoltre, una grande difficoltà nei confronti del lavoro di squadra: i ragazzi hanno dimostrato una scarsa fiducia reciproca, evidenziando un forte senso di isolamento e di paura che causa divisioni e porta a identificare costantemente un possibile nemico da combattere.

Il progetto "W la scuola"

Forte dell'esperienza del progetto pilota a Roma, nel 2011 Save the Children e Sisal hanno avvertito l'urgenza di un intervento nello stesso ambito in una città che presenta un tasso di dispersione scolastica molto al di sopra della media nazionale: Napoli. Sisal ha scelto di supportare questa ulteriore iniziativa con la stessa convinzione, lo stesso impegno e lo stesso approccio di Responsabilità Sociale che hanno contraddistinto il sostegno dell'Azienda al progetto pilota a Roma nel 2010.

Il progetto "W la scuola", iniziato con l'anno scolastico 2011-2012, coinvolge due municipalità di Napoli dove il tasso di dispersione scolastica è particolarmente alto. Per ciascuna zona si lavora in tre scuole: una primaria, una secondaria di I grado e una di II grado, per un totale di 4.500 studenti, fra diretti e indiretti, e 100 docenti.

Sono due gli obiettivi prioritari di questo intervento: sostenere l'apprendimento dei ragazzi e, soprattutto, stimolare e facilitare la loro partecipazione attiva per aiutarli a capire, e quindi ad affrontare, le cause che portano all'abbandono scolastico.

Le principali attività in programma sono:

- >> Sostegno didattico rivolto ai più giovani da parte di ragazzi più grandi coinvolti come tutor.
- >> Laboratori per studenti e docenti, in collaborazione con i servizi sociali locali e le associazioni del territorio su temi quali la pedagogia dei diritti e le tecniche della partecipazione.
- >> Creazione di Consigli Consultivi permanenti sulla dispersione scolastica come organi stabili di dialogo, partecipazione e consultazione fra studenti e docenti all'interno delle scuole.
- >> Campagna di sensibilizzazione sulla dispersione scolastica con messaggi e materiali elaborati dagli stessi ragazzi per diffondere a livello regionale i risultati raggiunti dal progetto e creare consapevolezza sul tema. Questa attività prevede la collaborazione dell'Ufficio Regionale Scolastico e il sostegno del Comune di Napoli.

I punti di forza del progetto "W la scuola" sono:

- >> Intervento nei momenti di passaggio fra un livello scolastico e il successivo, indicati come i più a rischio per la dispersione.
- >> Coinvolgimento attivo di bambini e ragazzi secondo la modalità "peer to peer".
- >> Promozione del lavoro di rete (scuole, associazioni, famiglie) come ulteriore strumento di contrasto alla dispersione.

Raccolta fondi "Siamo tutte mamme"

Nel maggio 2011 Sisal e Save the Children hanno organizzato insieme la raccolta fondi "Siamo tutte mamme" grazie alla presenza capillare sul territorio della Rete Distributiva di Sisal. Il ricavato è stato devoluto alla campagna "Every One" di Save the Children, a sostegno della maternità e contro la mortalità infantile. Dal 2 al 28 maggio 2011 nelle ricevitorie Sisal è stato possibile effettuare donazioni sia disgiunte dal gioco, sia attraverso schede SuperEnalotto e Quick Pick da terminale. L'ammontare della raccolta è stato di 99.336,65 euro.

Sisal, oltre a investire nel progetto mettendo a disposizione la propria Rete Distributiva, ha supportato la raccolta anche attraverso la realizzazione di una campagna promozionale ad hoc che ha permesso di potenziare e diffondere la comunicazione dell'iniziativa.

Valerio Neri, Direttore Generale di Save the Children Italia, testimonia:

"Ancora una volta Sisal si è confermata un partner affidabile e attento per la nostra Organizzazione. Dopo i primi interventi di sostegno a Save the Children, che risalgono all'emergenza del terremoto in Abruzzo nell'aprile 2009, l'Azienda ha continuato a seguire il nostro lavoro su molteplici fronti: sia supportando i nostri progetti in Italia, sia mettendo a nostra disposizione i suoi canali di distribuzione per la nostra campagna internazionale "Every One".

Dal 2010, Sisal sostiene inoltre il progetto pilota "In-Contro" per contrastare la dispersione scolastica nel XII municipio di Roma, un'area con grandi problematiche sociali, con l'obiettivo di fornire un supporto ad ampio raggio, non solo scolastico ma anche sociale e familiare, a circa 800 minori. Si tratta di ragazzi a rischio di dispersione, o che hanno già lasciato la scuola media o superiore e che ora frequentano un centro di formazione professionale, oppure ragazzi che sono ormai usciti dal circuito scolastico.

Nel 2011 abbiamo voluto esportare questo intervento pilota a Napoli, una delle città con il più alto tasso di dispersione scolastica e siamo stati molto lieti che Sisal abbia rinnovato il suo sostegno, confermando il suo grande senso di responsabilità sociale. Il progetto "W la scuola" prevede una serie di attività che vedono i ragazzi protagonisti in prima persona: sono infatti proprio loro a contribuire alla prevenzione della dispersione scolastica realizzando una campagna di sensibilizzazione rivolta ai loro coetanei per metterli in guardia sugli effetti negativi che si ripercuoteranno sul loro futuro nel caso in cui non dovessero concludere gli studi.

A volte questi ragazzi hanno genitori in carcere o tossicodipendenti, hanno storie drammatiche alle spalle, storie che compromettono molte possibilità di crescita. Spesso sono le famiglie stesse che non riconoscono l'importanza dello studio e dell'istituzione scuola, non motivando i ragazzi a impegnarsi e facilitando, al contrario, la replica del vissuto dei genitori con il risultato di perpetuare la situazione economica negativa della famiglia. Con il sostegno di Sisal è su queste realtà che vogliamo incidere."

Make-A-Wish



Nel 2011 Sisal ha proseguito la partnership avviata l'anno precedente con **Italia Onlus** Make-A-Wish Italia Onlus, Associazione che si pone l'obiettivo di realizzare i desideri di bambini colpiti da gravi malattie e donare momenti di gioia e serenità che li aiutino ad affrontare i pesanti trattamenti medici. Le emozioni positive alimentano infatti la speranza e la forza necessari al bambino e alla sua famiglia per lottare contro la malattia.

Sisal ha garantito a Make-A-Wish sia un sostegno economico specifico, sia la piena disponibilità di risorse e mezzi per esaudire i desideri dei bambini inserendo nel regolamento di concorso di alcuni giochi la destinazione all'Associazione dei premi non assegnati.

Nel 2011 sono stati devoluti alla Onlus i premi non assegnati dei concorsi Sisal Match Point: una PlayStation 3 e due iPad2. Inoltre, sono state effettuate anche ulteriori donazioni in occasione dell'inaugurazione di Sisal Wincity Torino e di un programma televisivo di scommesse calcistiche di Sisal Match Point.

Sune Frontani, Presidente di Make-A-Wish Italia, racconta:

"Make-A-Wish Italia è una Onlus fondata nel 2004 che ha la missione di esaudire i desideri di bambini affetti da malattie che li espongono a rischio di sopravvivenza, riportando loro attimi di felicità dimenticati. Sono felice e orgogliosa che la nostra Associazione continui ad avere Sisal come Platinum Sponsor: in questi due anni di collaborazione ho potuto constatare la serietà e il forte impegno nel sociale di questa grande e importante Azienda e ho molto apprezzato il coinvolgimento umano delle persone che ci lavorano. Nel 2011 il contributo di Sisal è stato determinante per Make-A-Wish Italia.

I bambini che ogni anno vengono colpiti da gravi malattie sono purtroppo davvero tanti e Sisal ci sta concretamente aiutando a regalare loro un sorriso, perché è consapevole di quanto sia importante che ognuno di loro possa vedere realizzato il proprio desiderio. Con il suo supporto Sisal ci permette di dare continuità al nostro progetto e ci mette in condizione di poter rispondere alle sempre più numerose richieste da parte degli ospedali, delle famiglie e dei bambini stessi che ci contattano pieni di speranza.

Il nostro intento è quello di donare momenti di gioia e speranza a un numero sempre maggiore di bambini e, come sempre, vogliamo continuare a farlo nel segno della massima serietà e trasparenza. Grazie all'importante contributo di Sisal siamo stati in grado di esaudire davvero tanti desideri di bambini gravemente ammalati. Nonostante la crisi, nel 2011 i desideri realizzati sono stati trenta in

più rispetto all'anno precedente, e ciò è stato possibile grazie al contributo di Sisal. Sisal ci ha sostenuto finanziariamente anche attraverso le sue iniziative: in particolare, in occasione del programma di Sisal Match Point trasmesso da Telelombardia e dell'inaugurazione di Sisal Wincity a Torino. Inoltre, siamo stati scelti come destinatari dei premi non assegnati del concorso SuperEnalotto e Vinci per la vita - Win for Life e dei concorsi Sisal Slot Concorsi Natale e Jackpot, premi prestigiosi sempre destinati ai nostri bambini. Con tutto il mio cuore desidero ringraziare Sisal e sinceramente mi auguro che continui a restare al nostro fianco anche in futuro. Nella speranza, questa volta, di vedere esaudito il nostro desiderio, che è quello di continuare a non dover mai rispondere "no" alla richiesta di aiuto da parte di un bambino gravemente ammalato. Grazie Sisal, da parte di tutti noi di Make-A-Wish Italia, ma soprattutto da parte dei nostri bambini."

Portofranco



Il contributo di Sisal, insieme a quello di altri Partner, ha reso possibile la ristrutturazione della sede dell'Associazione Portofranco a Milano, in viale Papiniano, inaugurata il 3 marzo 2011.

Portofranco è un Centro di Aiuto allo Studio rivolto agli studenti delle scuole medie superiori (14-19 anni) che offre supporto gratuito nello svolgimento dei compiti e nel recupero dei debiti formativi e delle conoscenze disciplinari. L'avventura di Portofranco nasce nel novembre del 2000 su iniziativa di un gruppo di insegnanti che decidono di offrire ai ragazzi in difficoltà un aiuto "personale" durante lo studio pomeridiano per far fronte al problema dell'insuccesso scolastico.



L'Associazione offre agli studenti l'opportunità di essere accompagnati nel proprio percorso didattico, con l'intento di trasformare l'impegno scolastico in un'occasione di crescita. Il centro accoglie ogni giorno una media di 88 studenti, sia italiani che stranieri, seguiti da oltre 40 volontari, nella maggior parte dei casi studenti universitari.

Allarme scomparsa minori

Nel 2011 Sisal ha firmato la convenzione "Allarme scomparsa minori" con il Ministero degli Interni e il Ministero della Giustizia e ha messo a disposizione la propria Rete Distributiva per la diffusione di messaggi utili al ritrovamento dei minori scomparsi.

Rotary Club Roma

Sisal ha deciso di sostenere due progetti del Rotary Club Roma a supporto di bambini e giovani in difficoltà. Per il secondo anno consecutivo è stato sostenuto il progetto "End Polio Now" finalizzato alla lotta contro la poliomielite, e la nuova iniziativa "Borse di studio a favore dei figli dei caduti sul lavoro", patrocinata dalla Presidenza del Consiglio.



Sisal per la città di Napoli

L'Azienda ha sostenuto insieme alla Comunità Parrocchiale Santa Maria del Carmine alla Concordia il costo dei lavori di ristrutturazione di un'area di 450 metri quadrati nella Piazzetta Mondragone a Napoli, trasformandola in una struttura polifunzionale. Con questa iniziativa Sisal ha voluto offrire un'alternativa di aggregazione positiva ai giovani della zona per allontanarli da possibili devianze, stimate in sensibile aumento nel territorio.

Sisal Academy



Obiettivo	Offrire opportunità di formazione ai giovani nelle diverse fasi di crescita scolastica e professionale Promuovere e sostenere giovani talenti
Criteri di scelta dei Partner e dei progetti	Progetti originali che hanno un focus specifico e sono orientati a risultati concreti Progetti replicabili sul territorio nazionale

Sisal crede fermamente nel valore della formazione: per questo si impegna a sostenere progetti che offrono opportunità di crescita per i giovani e che valorizzano i talenti.

La formazione è uno strumento fondamentale di crescita sana e consapevole: sia nel momento della prevenzione, attraverso le attività di contrasto all'abbandono scolastico, sia nel momento formativo di identificazione delle proprie capacità e del proprio talento.

Una parte essenziale del Programma di Responsabilità Sociale di Sisal è dedicata al supporto di percorsi di crescita e alla progettazione di nuove opportunità rivolte ai giovani talenti perché possano completare la loro formazione e acquisire strumenti adeguati per inserirsi nel mondo del lavoro. Sisal, inoltre, sostiene importanti manifestazioni ed eventi nazionali che creano momenti di incontro fra i giovani e le imprese.

Principali progetti sostenuti nel 2011

ItaliaCamp

Il progetto ItaliaCamp – ideato da un gruppo di giovani esponenti della nostra società civile in partnership con la Presidenza del Consiglio dei Ministri e circa 60 università nazionali e internazionali – valorizza la metodologia del BarCamp: incontri informali in cui si abbandona la teoria per confrontarsi concretamente su progetti e idee di sviluppo Paese.

Nel primo anno di attività – attraverso il concorso “La tua idea per il Paese” e cinque importanti BarCamp organizzati a Milano, Lecce, Roma, Bruxelles e Napoli – si è sviluppata un'inedita raccolta di più di 700 progettualità a sostegno della crescita economica, sociale e civile del nostro Paese, meritando così il “Premio di Alta Rappresentanza” da parte del Presidente della Repubblica Giorgio Napolitano. Oltre alle Istituzioni, alle università e alla società civile, anche il mondo delle imprese ha investito nel progetto: le aziende non solo hanno “adottato” le dieci idee vincitrici del concorso offrendo il supporto necessario alla loro concreta realizzazione, ma hanno anche dato vita, lo scorso 21 dicembre 2011, alla Fondazione ItaliaCamp che annovera fra i propri fondatori imprese e Istituzioni di primissimo piano con lo scopo di promuovere e sostenere i progetti d'innovazione sociale della Fondazione. L'idea “adottata” e sostenuta da Sisal è intitolata “Scuola d'impresa”.



L'obiettivo del progetto è indirizzare l'oggetto della tesi universitaria, per il periodo della sua durata, in percorsi di ricerca – che riuniscono studenti di differenti università e facoltà in gruppi di lavoro che approfondiscono tematiche d'interesse pubblico o privato – trasferibili dal mondo dell'università al mondo delle imprese e delle Istituzioni.

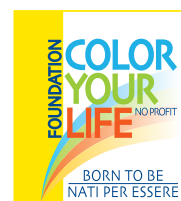
La finalità è sviluppare progetti trasversali rispetto alle tematiche di studio di ogni singolo studente che possano poi essere realizzati dallo stesso team di ricerca attraverso la partnership con le imprese interessate allo sviluppo del tema. Valorizzare, quindi, il tempo di studio impiegato per redigere la tesi creando nuove opportunità di lavoro per il tesista e nuove prospettive di scenario per l'impresa.

Pier Luigi Celli, Presidente di ItaliaCamp, testimonia:

"Fare impresa significa sapersi assumere le proprie responsabilità. È necessaria, quindi, una scuola che insegni ai nostri ragazzi a investire le loro capacità nel saper "fare impresa" che significa non solo impegno nella ricerca di un lavoro ma anche creazione di nuova occupazione. Ringraziamo Sisal perché ha creduto in un progetto che vuole sostenere e supportare i giovani nella costruzione del loro futuro."

Color Your Life

Nel 2011 Sisal ha stretto una nuova partnership con Color Your Life, Fondazione italiana no profit la cui Mission è scoprire, conoscere e aiutare talenti "in erba" nel campo artistico, scientifico e artigianale. Color Your Life si propone di seguire i giovani durante la crescita, coadiuvandoli nell'orientamento, collaborando all'individuazione del percorso lavorativo più in sintonia con le loro inclinazioni e i loro sogni e sostenendoli nel perseguimento del proprio obiettivo professionale.



Color Your Life si impegna pertanto a fornire ai giovani talenti le condizioni per una formazione di assoluta eccellenza, operando in sinergia con le strutture scolastiche, con il mondo culturale-artistico e con i protagonisti dei settori artigianali, industriali, commerciali e finanziari.

Color Your Life ha inoltre creato la DREAMERSchool, con sede a Loano (Savona), dove si svolgono corsi estivi bisettimanali di formazione e orientamento gratuiti per giovani di età compresa fra i 13 e i 18 anni provenienti da tutte le scuole d'Italia, selezionati attraverso i bandi promossi dalla stessa Fondazione.

La DREAMERSchool è il centro culturale di Color Your Life dove i ragazzi si incontrano, socializzano, studiano e si divertono. Ogni giorno i giovani ospiti incontrano esperti, studiosi, manager, artisti, artigiani, tecnici, scienziati, intellettuali che organizzano momenti di studio e laboratorio chiamati "pianeti". Ci sono 12 pianeti diversi per ogni turno, 12 finestre sul mondo, 12 occasioni per pensare e ripensare a quale sia davvero il proprio talento, il proprio sogno, in compagnia di personaggi eccezionali. A completamento, un corso d'inglese tenuto da insegnanti madre lingua in cui si ha la possibilità di imparare divertendosi, cantando e recitando. Ma la DREAMERSchool non è solo studio: è anche svago, sport, gioco, gite in barca, spettacoli, musica, tutte attività che offrono numerose occasioni di amicizia ai ragazzi provenienti da ogni parte d'Italia.



I progetti sostenuti da Color Your Life sono perfettamente in sintonia con l'obiettivo di Responsabilità Sociale di Sisal: preparare concretamente i giovani al momento in cui entreranno nel mondo del lavoro, trasformandoli in protagonisti attivi di una realtà moderna, complessa e in costante mutamento. I progetti di Color Your Life hanno coinvolto nel 2011: 10 regioni, 27 province e 134 istituti scolastici. Sono 743 i giovani che hanno partecipato ai bandi emanati dalla Fondazione, e fra questi sono stati selezionati i 107 ragazzi ospitati alla DREAMERSchool in 3 turni di 14 giorni ciascuno a partire dal 26 giugno 2011.

William Salice, Presidente della Fondazione Color Your Life, sostiene:

“L’apporto di entusiasmo e di fondi destinato da Sisal alla Mission di Color Your Life, che è quella di aiutare i giovani a conoscere se stessi e accompagnarli nel cammino della vita, è stato molto importante per noi e per i ragazzi che, grazie a questa sintonia di intenti, hanno potuto frequentare nell’estate 2011 i soggiorni-studio presso la DREAMERSchool di Loano, il centro culturale di Color Your Life. Qui hanno incontrato esperti di grande livello con cui hanno proseguito e ampliato il loro percorso di conoscenza di sé e di affinamento delle proprie aspirazioni. La partnership con Sisal ha infatti consentito di offrire a un numero di giovani molto elevato la possibilità di mettersi alla prova in un contesto nuovo e, secondo le loro stesse testimonianze, estremamente formativo e utile.

La piena sintonia con Sisal è stata dunque fondamentale per il futuro di molti giovani che stanno continuando, ancora oggi, il loro percorso per realizzarsi. Siamo quindi felici di proseguire questo cammino con Sisal, consapevoli di poter contare su un Partner che ha cuore il futuro dei giovani.”

Brain Calling Fair 2011

Nel maggio 2011 Sisal ha partecipato all’iniziativa “Brain Calling Fair 2011 – “La fiera delle idee e dei talenti”, organizzata a Milano per il secondo anno dall’American Chamber of Commerce in Italy.



Il Brain Calling Fair è un evento che avvicina imprese e talenti, giovani e meno giovani, offrendo una rara opportunità di interazione fra il mondo giovanile e il mondo delle imprese. In questa occasione i giovani possono sottoporre le loro idee e i loro progetti direttamente agli stand aziendali. Questa iniziativa rappresenta quindi uno strumento concreto per stimolare nel nostro Paese talento e intraprendenza, dimostrando che ci sono giovani che desiderano mettersi in gioco e ci sono aziende che offrono l’opportunità di farlo.

Sisal per lo Sport



Obiettivo	Diffondere i valori e la pratica dello sport presso le giovani generazioni
Criteri di scelta dei Partner e dei progetti	Centri sportivi con programmi di attività rivolti ai giovani Progetti che contribuiscono a diffondere i valori sani della socializzazione sportiva

Sisal promuove i valori sani dello sport: lo sport costituisce per i più giovani un imprescindibile strumento di formazione, crescita e socializzazione. I valori veicolati dalla cultura sportiva – lealtà, disciplina, rispetto per l’avversario, gioco di squadra – sono indispensabili per la maturazione responsabile dei ragazzi e lo sviluppo delle loro capacità relazionali. Per questo Sisal ritiene che la creazione di opportunità che consentano a bambini e ragazzi di praticare uno sport, soprattutto quando il contesto sociale è carente di risorse formative, sia una sfida importante della propria azione di Responsabilità Sociale e, in particolare, del Piano d’Azione “Facciamo Vincere i Giovani”. Questa la premessa da cui sono nati alcuni progetti di partnership.

Principali progetti sostenuti nel 2011

Futbolclub

Nel 2011 Sisal ha rinnovato la partnership siglata l'anno precedente con la Società calcistica Futbolclub che promuove il calcio a livello giovanile e agonistico sul territorio romano. Futbolclub si impegna a garantire una preparazione tecnica abbinata alla promozione dei valori positivi del mondo dello sport. La Società vanta una scuola di calcio per giovanissimi dai 6 ai 13 anni (piccoli amici, pulcini, esordienti) e una agonistica per le categorie giovanissimi, allievi e juniores. Alle gare di campionato e alle amichevoli si aggiungono esperienze di scambio e sana competizione con squadre straniere, vere e proprie occasioni per stare insieme, giocare e vivere un'esperienza relazionale e culturale positiva che rimarrà nella memoria dei ragazzi. Futbolclub si impegna a creare un ambiente in cui i ragazzi possano allenarsi piacevolmente, puntando a migliorare le loro abilità senza però prescindere dal divertimento, perché per Futbolclub lo sport deve trasmettere il senso della collettività e dell'amicizia, educando alla correttezza, al rispetto reciproco e alla tolleranza.



Società U.S. Aldini Bariviera

A fine 2011 Sisal ha stretto una nuova partnership con l'U.S. Aldini Bariviera, una storica Società calcistica giovanile di Milano, nata nel 1930 come Aldini e nel 2003 fusa con il Bariviera. L'obiettivo della U.S. Aldini Bariviera è la formazione calcistica come strumento di crescita sana. L'approccio ai più piccoli avviene attraverso il gioco rispettando le diverse esigenze fisiologiche, psicologiche e pedagogiche di ogni singolo allievo. Lo sport viene quindi considerato come opportunità di incontro e costruzione di una relazione educativa con i giovani e come occasione di sana aggregazione, gioco, divertimento e, ovviamente, allenamento.



Nell'ambito della partnership con l'U.S. Aldini Bariviera, nel 2011 Sisal ha deciso di sostenere il torneo "Amici dei Bambini", disputato nel maggio 2012, promosso dalla Società sportiva e dall'Associazione Amici dei Bambini Onlus, a favore del progetto dedicato all'Ospedale pediatrico di Takeo in Cambogia che prevede, ogni mese, l'assistenza di un centinaio di donne durante la gravidanza e nei primi mesi di vita del bambino, i più critici.

Il torneo, giunto alla sua ottava edizione, è riservato alla categoria esordienti 1999 con la partecipazione di 20 squadre di calcio, fra cui alcune delle più importanti di serie A. Tanti giovani campioni in erba diventano i protagonisti di una manifestazione che anno dopo anno è riuscita a diffondere i valori positivi dello sport, della beneficenza e del divertimento.

Io tifo positivo



Nel 2011 Sisal ha aderito al progetto "Io Tifo Positivo" promosso da Comunità Nuova. L'iniziativa, proposta agli studenti del biennio superiore, ha l'obiettivo di educare ai valori positivi dello sport e contrastare il tifo violento e aggressivo. Il progetto prevede un itinerario formativo sperimentale strutturato in quattro incontri che sensibilizzano e orientano i giovani verso una forma di cultura sportiva sana e divertente.

Handicap Sport Varese

Sisal ha deciso di sostenere, con il marchio SuperEnalotto, la stagione sportiva 2011-2012 dell'Handicap Sport Varese, Associazione fondata nel 1984 che affianca la Pallacanestro Varese e il Consorzio Varese nel Cuore. La squadra, denominata SuperEnalotto Cimberio Varese, è impegnata nel campionato di serie B. Il progetto prevede non solo la formazione di una squadra Senior, ma anche la creazione di un settore giovanile.

Due sono gli obiettivi dell'Associazione Handicap Sport Varese: creare un'alternativa alle normali forme di riabilitazione dei portatori di handicap, che hanno poche possibilità di continuare un'attività fisica coordinata una volta terminata l'età scolare, e migliorare le loro condizioni psicologiche e le loro capacità relazionali attraverso la formazione sportiva.

Derby Campioni del Cuore

Nel 2011, sempre con il marchio SuperEnalotto, Sisal ha deciso di sostenere il Derby Campioni del Cuore, un grande evento sportivo e sociale che vanta la partecipazione di numerosi personaggi dello sport e dello spettacolo, nonché la collaborazione delle più importanti Istituzioni. Obiettivo della manifestazione è una raccolta fondi da destinare ad Associazioni che operano nel sociale a livello nazionale.

Sisal per le Arti



Obiettivo

Sostenere progetti di arte e cultura per favorire la crescita formativa e personale dei giovani e offrire occasioni di aggregazione sociale positiva

Criteri di scelta dei Partner e dei progetti

Progetti rivolti a pubblici giovani con contenuti formativi

Promozione della cultura e dell'arte in contesti stimolanti

Nel solco della propria tradizione e consapevole della responsabilità nei confronti del territorio in cui opera, Sisal sostiene progetti di arte e cultura che offrono occasioni di aggregazione sociale costruttiva, con l'obiettivo di accrescere e diffondere nei giovani la consapevolezza intorno ai temi culturali.

Principali progetti sostenuti nel 2011

Il Piccolo Teatro di Milano

Anche nel 2011 Sisal e il Piccolo Teatro di Milano – Teatro d'Europa hanno rinnovato la partnership ormai consolidata da tre anni con l'obiettivo condiviso di offrire occasioni di incontro fra i giovani e i protagonisti del mondo culturale, formare i giovani all'esperienza teatrale, all'arte e alla cultura e avvicinarli ai valori culturali che



contribuiscono alla formazione personale dell'individuo, alla sua crescita e soprattutto a una socializzazione e aggregazione positive. Sisal intende sostenere il ruolo fondamentale svolto dal Piccolo Teatro nella formazione e diffusione della cultura presso i pubblici dei più giovani promuovendo, in collaborazione con alcune università, nuove attività di workshop, di ricerca e di approfondimento rivolte agli studenti della scuola secondaria.

Il Chiostro di via Rovello, magistralmente restaurato nel 2009 grazie al contributo di Sisal, rappresenta un luogo privilegiato d'incontro e socializzazione per giovani, studenti e appassionati di teatro. Sisal ha contribuito all'avvio di un'intensa attività di aggregazione sociale che ha trasformato il Chiostro in una vera e propria nuova "piazza" nel cuore di Milano: il Chiostro ospita infatti presentazioni di spettacoli del Piccolo Teatro, laboratori di approfondimento con gli studenti, letture, cicli di incontri a tema e mostre dedicate al mondo del teatro. La formazione al Chiostro si rivolge in particolare alle giovani generazioni attraverso un percorso di attività costituito da:

- >> incontri, laboratori e seminari inseriti all'interno dei programmi didattici e organizzati in collaborazione con gli Atenei milanesi;
- >> lezioni e laboratori del Master di I e II livello delle Università Bocconi, Cattolica del Sacro Cuore di Milano e Università degli Studi di Milano Bicocca;
- >> corsi internazionali di teatro organizzati in collaborazione con le Università e gli Istituti di Lingua e Cultura di Milano;
- >> workshop, letture e lezioni-spettacolo organizzati in collaborazione con l'Unione dei Teatri d'Europa.

Nel 2011 oltre 10.000 giovani hanno partecipato alle attività proposte dal Piccolo Teatro nel Chiostro di via Rovello.

Nelle parole di Sergio Escobar, Direttore del Piccolo Teatro di Milano – Teatro d'Europa:



"Viviamo in un presente che sfugge a ogni codificazione: la stessa percezione della contemporaneità si espande da una dimensione strettamente temporale, il presente appunto, a una spaziale: le cose accadono nello stesso tempo in luoghi diversi del mondo. È in questo "presente" che vogliamo condividere con le giovani generazioni la scommessa per costruire il futuro. Ora si gioca davvero la capacità, la responsabilità di tramandare storia, valori, per costruire le competenze del futuro.

Guardare al mondo con gli occhi curiosi di un bambino è la responsabilità di un adulto, a questa sfida ci invita Edgar Morin per costruire un sapere, una testa "ben fatta" che unisca competenze specifiche e capacità di cogliere il contesto in cui nascono i veri cambiamenti. Di queste competenze vivranno i nostri figli, su queste costruiranno la stessa idea di cittadinanza. È questo che accade ogni giorno in teatro, fabbrica di nuovi cittadini, nel Chiostro di via Rovello dove, grazie al supporto di Sisal, si sono incontrati oltre 10.000 giovani provenienti da Scuole e Università confrontandosi con artisti, attori, autori, registi e scrittori provenienti da tutto il mondo. I giovani al Chiostro hanno parlato le lingue dell'inglese, francese, spagnolo, tedesco, russo, cinese e arabo. È un viaggio nel futuro che vogliamo continuare."

L'Arte nel Cuore Onlus

Nell'anno accademico 2011-2012 Sisal ha sostenuto il corso di Speaker Radiofonico organizzato dall'Associazione L'Arte nel Cuore Onlus, con sede a Roma. Si tratta del primo progetto europeo di educazione artistica rivolto a persone diversamente abili e normodotate con l'o-

biiettivo di superare le barriere culturali e mentali attraverso la condivisione di un'esperienza comune. L'Associazione vuole infatti colmare la mancanza di offerta di servizi e attività rivolti alle persone disabili che possiedono doti artistiche e desiderano svilupparle in un ambiente integrato.

L'impostazione seguita nei corsi è quella dell'Accademia di spettacolo per le discipline di danza, recitazione, doppiaggio, musica e canto e la struttura in cui si svolgono le attività è senza barriere architettoniche e progettata per l'insegnamento congiunto a persone con e senza disabilità.



Art For Business Forum 2011

Sisal ha sostenuto, in qualità di Partner, "Art For Business Forum 2011 – Imparare il presente", una serie di incontri e conferenze organizzati presso la Triennale di Milano il 18 e il 19 novembre 2011. Art For Business è un'Associazione che dal 2007 si impegna a diffondere il contributo che le arti offrono alle imprese, in particolare rispetto all'impatto dei linguaggi artistici sulle persone in quanto promotori di nuovi stimoli e di metodologie originali di apprendimento. Art For Business rappresenta un punto di riferimento in Italia per lo sviluppo e la sperimentazione di attività di formazione che, avvalendosi del confronto con la pratica artistica, affrontano tematiche organizzative specifiche.

La scelta di questa partnership è in sintonia con la concezione di Sisal che considera l'arte un'occasione di confronto con l'innovazione, un motore di novità ed espressione della volontà di essere in continua evoluzione.

Le sponsorizzazioni culturali

Il sostegno di Sisal all'arte e alla cultura avviene anche attraverso la sponsorizzazione di rilevanti iniziative rivolte alla Comunità realizzate sul territorio nazionale. L'arte e la cultura rappresentano due degli elementi portanti del Programma di Responsabilità Sociale di Sisal che vede nella socializzazione positiva, promossa da arti e cultura, la sua direttrice fondamentale.

Arte

Nel novembre 2011 Sisal ha sponsorizzato il "Premio Camera dei Deputati per il 150° Anniversario dell'Unità d'Italia": concorso indetto con l'obiettivo di valorizzare il legame fra Arte e Istituzioni e promuovere gli artisti e l'arte contemporanea. La vincitrice del Premio è stata Marina Lai con l'opera *Orme di leggi*, che ha illustrato al meglio i temi legati alla ricorrenza.

Il supporto al Premio si colloca nell'ambito del contributo di Sisal al Sistema Paese. Le capacità di questi artisti rispecchiano i valori legati all'innovazione, alla ricerca e alla valorizzazione dei talenti che sono elementi strategici del Programma di Responsabilità Sociale del Gruppo Sisal.

In questa speciale occasione, Sisal ha focalizzato la propria comunicazione sul marchio SuperEnalotto con l'obiettivo di proseguirne la promozione associando il marchio a iniziative culturali di grande rilevanza. L'iniziativa ha rappresentato per l'Azienda un'occasione prestigiosa per rafforzare il suo legame con il mondo delle Istituzioni.

Musica

Nel dicembre 2011 Sisal ha supportato, con il patrocinio del Comune di Milano e la collaborazione del Conservatorio G. Verdi di Milano, la manifestazione "Palazzo Marino in Musica", progetto nato dal desiderio di offrire, nella cornice di Palazzo Marino, un modo di fare cultura attraverso incontri musicali dedicati.



Marina Lai, *Orme di leggi*, 352x186 cm, tela cucita, Premio Camera dei Deputati

Biblioteche e pubblicazioni

Nell'arco del 2011 Sisal ha sostenuto nella città di Torino i costi per l'organizzazione di eventi nell'ambito del Salone Off, progetto legato al Salone del Libro di Torino, i costi per l'allestimento di un Punto Prestito Libri all'interno della Cartiera San Cesario nel Parco Dora e i costi relativi al progetto "Biblioteca Itinerante", un servizio di prestito libri itinerante per le vie del centro di Torino.

Sempre nel 2011, l'Azienda ha sponsorizzato anche la Mostra del Libro Antico, prestigioso e ormai consueto appuntamento che si tiene a Milano.

Sisal, che da sempre è vicina all'arte e alla cultura italiane, ha sostenuto nel tempo grandi eventi e manifestazioni artistiche che hanno sensibilizzato il grande pubblico sui temi dei Beni Culturali del nostro Paese. Attraverso il marchio SuperEnalotto, l'Azienda ha sostenuto la pubblicazione del libro *Dimore Storiche della Calabria* – curato dall'Associazione Dimore Storiche Italiane (A.D.S.I.) – che intende essere uno strumento di promozione per l'Ente del Turismo della Regione, nonché uno strumento di divulgazione sui principi di tutela, conservazione e valorizzazione dei Beni Culturali italiani.

Sisal per la Ricerca



Sisal per la Ricerca

Obiettivo

Raccogliere fondi a favore della ricerca, mettendo la capillare Rete Distributiva di Sisal a servizio della solidarietà

Criteri di scelta dei Partner e dei progetti

Partner riconosciuti sul territorio nazionale
Progetti di alto valore medico scientifico

Da molti anni Sisal sostiene la ricerca attraverso iniziative di raccolta fondi che vedono il coinvolgimento attivo della propria Rete Distributiva. L'Azienda, insieme ai propri Partner di riferimento, identifica ogni anno uno specifico progetto di ricerca al quale destinare i fondi raccolti.

Principali progetti sostenuti nel 2011



AIRC

Per il dodicesimo anno Sisal ha affiancato AIRC, in qualità di Partner tecnico, in occasione della Giornata Nazionale per la Ricerca sul Cancro. L'Azienda ha messo a disposizione la propria rete telematica per sostenere la start up guidata da Thomas Vaccari presso il Campus IFOM-IEO di Milano.

Nelle ricevitorie Sisal, dal 24 ottobre al 26 novembre 2011, è stato possibile effettuare sia donazioni attraverso le schede SuperEnalotto e Quick Pick da terminale, sia donazioni libere disgiunte dal gioco. Sisal, inoltre, ha sostenuto la campagna di raccolta fondi approntando una strategia di comunicazione rivolta nello specifico ai Giocatori e ai Ricevitori. I Giocatori sono stati sensibilizzati attraverso comunicazioni sulle schedine di gioco e attraverso spot e programmi video con le testimonianze di AIRC, prodotti e trasmessi da SisalTV. Per quanto riguarda il web, Sisal ha diffuso le informazioni sulla raccolta fondi sia sui siti web di Sisal, sia sulla pagina Facebook di SuperEnalotto.

La comunicazione ai Ricevitori è stata veicolata attraverso il portale dei Ricevitori, il Call Center di Sisal e SisalTV. Trattandosi di un'iniziativa benefica non è stata applicata alcuna commissione di incasso: tutti gli importi raccolti con le donazioni sono stati versati direttamente ad AIRC. Nel 2011 Sisal ha raccolto per AIRC 92.548 euro.



Telethon



Per il settimo anno Sisal ha affiancato Telethon, in qualità di Partner tecnico, in occasione della maratona televisiva in onda sulle reti RAI. Dal 5 dicembre 2011 fino al 28 gennaio 2012 è stato possibile sostenere la campagna raccolta fondi Telethon con donazioni attraverso schede SuperEnalotto appositamente predisposte, Quick Pick da terminale e donazioni libere disgiunte dal gioco.

I fondi raccolti da Sisal sostengono due importanti progetti di ricerca:

- >> "Valutazione di un approccio di terapia genica con cellule staminali per il trattamento della sindrome di Hurler", coordinato dalla ricercatrice Marta Serafini presso la Clinica Pediatrica Ospedale S. Gerardo – Fondazione M. Tettamanti dell'Università di Milano Bicocca.
- >> "Ruolo dei fattori epigenetici nell'identità delle cellule staminali e nei processi di rigenerazione tissutale", coordinato dal ricercatore Davide Corona presso il Dipartimento di Biologia Cellulare e dello Sviluppo – Sezione di Biochimica dell'Università di Palermo.

Sisal ha dedicato alla raccolta fondi una campagna di comunicazione specifica diffusa attraverso i propri punti vendita, i propri siti web e SisalTV. La raccolta 2011-2012 di Sisal per Telethon ammonta a 92.447 euro.

Sisal e le iniziative di cittadinanza attiva

Obiettivo	Creare occasioni di incontro e di scambio nel tessuto sociale di riferimento
Criteri di scelta dei Partner e dei progetti	Iniziative di confronto e dialogo fra Pubblico e Privato Iniziative che promuovono la cittadinanza attiva

Principali progetti sostenuti nel 2011

Meeting per l'amicizia fra i popoli

Anche nel 2011 Sisal ha rinnovato la propria partecipazione al "Meeting per l'amicizia fra i popoli" di Rimini, tradizionale appuntamento che costituisce un'occasione preziosa per dialogare con un vasto pubblico e soprattutto con i giovani. La manifestazione è un momento importante di confronto con le Istituzioni e con il mondo economico e culturale italiano ed è un appuntamento che si è affermato negli anni anche a livello internazionale, attirando l'interesse dei rappresentanti delle imprese che operano sia in Italia che all'estero, oltre che di molte migliaia di giovani. Il tema del meeting 2011 è stato: "E l'esistenza diventa una immensa certezza". Sisal, con i marchi SuperEnalotto e Vinci per la vita - Win for Life, ha condiviso con i partecipanti della manifestazione il proprio impegno per una gestione dell'impresa sostenibile e responsabile.

Per l'occasione, l'Azienda ha realizzato una grande ludoteca di 150 metri quadrati, il "Sisal Fun Village", dedicata ai bambini che in questo spazio sono diventati protagonisti grazie alle tante attività creative organizzate per stimolarne la fantasia e trasmettere l'importante messaggio che il gioco deve essere un'occasione di scambio e integrazione sociale e culturale.



Durante il Meeting, inoltre, si è svolto un convegno sul gioco, dal titolo "Gioco: responsabilità e comunicazione", nel corso del quale sono stati presentati i primi risultati dell'importante ricerca "Giocare per Gioco" su Comunicazione e Gioco Responsabile commissionata nel 2010 da Sisal, Lottomatica, ACADI e Giochi e Società alla Fondazione della Sussidiarietà in collaborazione con l'Università Cattolica di Milano. La ricerca, di durata triennale, ha l'obiettivo di monitorare l'atteggiamento del pubblico, e in particolare, nei confronti del gioco e della comunicazione a esso legata, nonché approfondire il ruolo che le campagne di comunicazione dei Concessionari attribuiscono al tema del Gioco Responsabile.

VeDrò – L'Italia al futuro

Il sostegno di Sisal all'evento "VeDrò – L'Italia al futuro" a Riva del Garda (che si tiene ogni anno a fine agosto) ha rappresentato un'occasione unica per rafforzare il legame fra l'Azienda, in particolare attraverso il marchio SuperEnalotto, e il mondo delle Istituzioni dando così un segno tangibile dell'attenzione che Sisal rivolge al tema del rapporto fra pubblico e privato, e in particolare fra Enti Concessionari e Stato.

FiabaDay

Per il terzo anno Sisal ha sostenuto "FiabaDay", la campagna di sensibilizzazione promossa dalla Onlus Fiaba rivolta all'abbattimento delle barriere fisiche e culturali: un ambiente accessibile, e quindi vivibile, produce in chi lo vive uno stato di benessere e contribuisce a creare pari opportunità. La decisione di rinnovare la propria presenza accanto a "FiabaDay" è in linea con lo spirito di Sisal che vuole sostenere forme di aggregazione sociale positiva.

Progetto Civis

Anche nel 2011 Sisal ha sostenuto le iniziative del Progetto Civis, Onlus nata a Milano nel 2005 con l'impegno di svolgere un'attività di sensibilizzazione, rivolta in particolare alle giovani generazioni, sull'importanza del senso civico e della partecipazione attiva e competente di tutta la Comunità alla "cosa pubblica". Civis progetta percorsi strutturati rivolti sia alle classi delle elementari sia agli studenti universitari con una declinazione differente a seconda delle fasce d'età.

"Premio Cittadini Meritevoli"

Nel 2011 Sisal, in occasione dell'annuale Festa della Polizia, ha rinnovato la sua collaborazione con la Questura di Milano sostenendo il "Premio Cittadini Meritevoli", un'iniziativa della Fondazione Rotary avviata nel 2004 che ha l'obiettivo di sensibilizzare l'opinione pubblica sui valori del senso civico e morale e sul senso di appartenenza alla Comunità in cui si vive. L'iniziativa intende individuare e premiare i Cittadini che si sono distinti per particolari meriti e azioni di coraggio civile contro la microcriminalità.

Il Piano di Responsabilità Sociale 2012

Visti gli importanti risultati ottenuti nel triennio 2009-2011, l'impegno di Sisal verso la Comunità per il 2012 continuerà a essere orientato alla promozione e al sostegno di opportunità di crescita competente rivolte anzitutto ai giovani in un'ottica sia di prevenzione sia di creazione di opportunità. I giovani, infatti, rappresentano il futuro e contribuire a creare occasioni di sviluppo di competenze per Sisal significa partecipare alla costruzione di un futuro migliore. Puntare sui giovani significa anche prevenire fenomeni di disagio sociale e offrire un sostegno concreto alle famiglie.

Un altro obiettivo importante dell'Azienda è quello di sviluppare progetti radicati nel territorio italiano che permettano di rispondere concretamente ai bisogni della Comunità di riferi-

mento, di instaurare un dialogo costante con i Partner di progetto e di misurare con facilità i risultati attesi.

Grazie alla solidarietà dimostrata dalla Rete dei Ricevitori, che ha permesso in questi anni di raccogliere somme importanti a favore della ricerca e di altri progetti benefici, Sisal può progettare un'attività ancora più intensa in questa direzione.

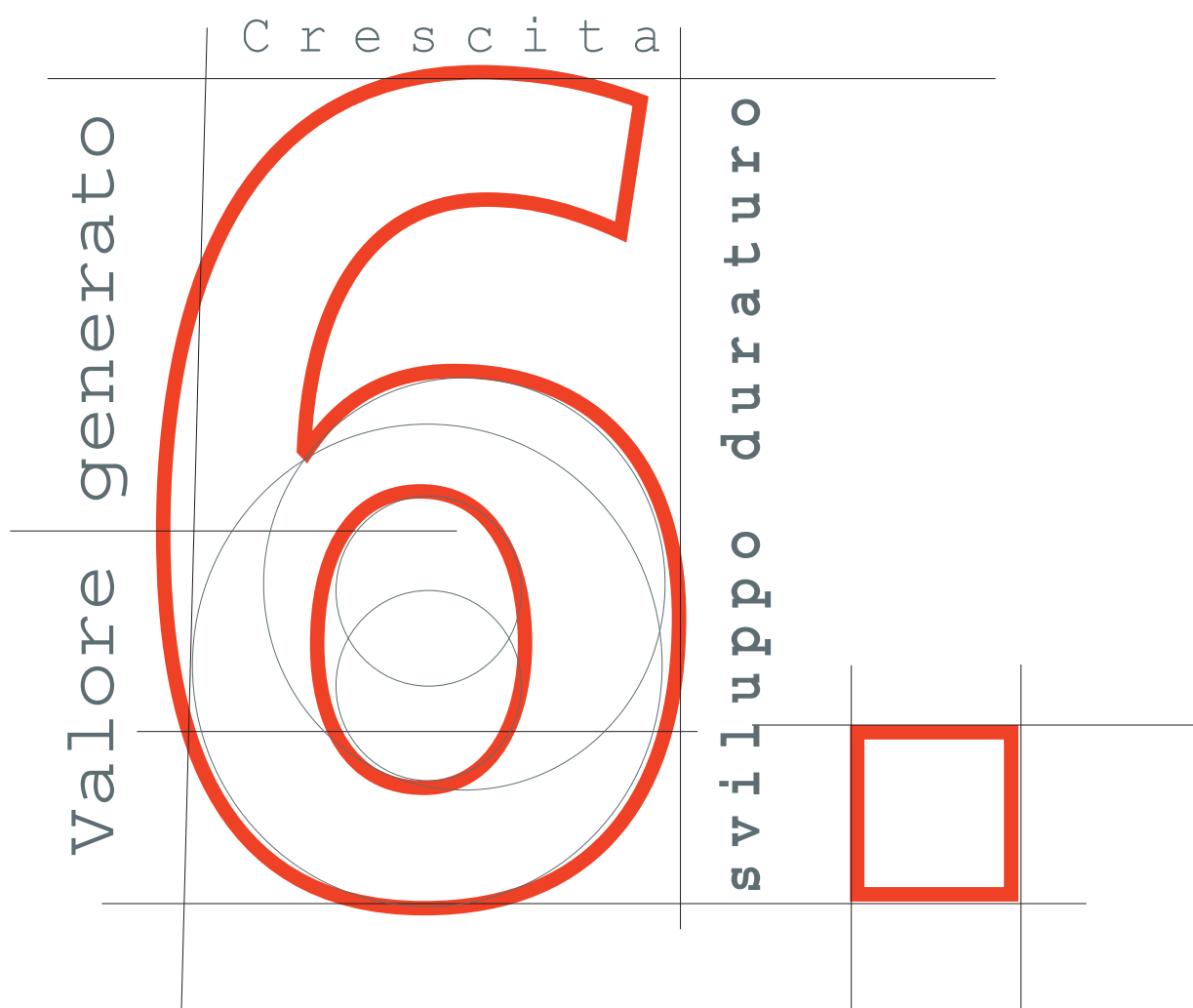
Sisal, in continuità con il passato, sceglie di collaborare con Partner di consolidata esperienza nei rispettivi settori di attività e con un'elevata riconoscibilità in ambito nazionale e internazionale per costruire insieme programmi, progetti e attività di lungo periodo focalizzati principalmente su formazione, prevenzione e socializzazione nell'ambito di tutte le aree di intervento previste dal Programma d'Azione di Corporate Social Responsibility dell'Azienda.



Alfio Mongelli
L'Unità d'Italia
2011
Acciaio e policarbonato

6. LA SOSTENIBILITÀ ECONOMICA

6. LA SOSTENIBILITÀ ECONOMICA



La capacità del Gruppo Sisal di perseguire la propria strategia di crescita in equilibrio con il Sistema Paese si realizza cogliendo le opportunità offerte dai mercati di riferimento e creando valore duraturo a beneficio dei propri azionisti, dell'economia e della finanza nazionali.

Sostenibilità come creazione di valore duraturo

Nel 2011 il mercato dei giochi legali in Italia ha registrato una raccolta complessiva di circa 80 miliardi di euro con un incremento di circa 19 miliardi di euro (+31%) rispetto al 2010 (61 miliardi di euro). Tale risultato, in controtendenza rispetto all'andamento di molti altri comparti dell'economia nazionale, colloca il settore in una posizione di preminenza nel contesto economico del Paese e tale rilevanza si apprezza anche se si considera la sola spesa reale del pubblico (ovvero la raccolta al netto delle vincite) che è cresciuta nel 2011 di circa l'8% attestandosi a quasi 18 miliardi di euro.

Complessivamente, nel corso del 2011, il Gruppo Sisal ha raccolto 13,3 miliardi (+18%) grazie alla forte crescita sia dei servizi di pagamento (5,3 miliardi +27%) che del gioco (8 miliardi +12%).

I ricavi consolidati ammontano a 869.840 migliaia di euro, in crescita del 18,2% rispetto ai 735.975 migliaia di euro del 2010. Nella tabella che segue vengono riassunti gli altri principali dati economico-reddituali e la loro dinamica nell'ultimo triennio:

	2011	2010	2009
Totale Ricavi e Proventi	869.840	735.975	648.050
Margine Operativo Lordo	189.454	166.562	153.444
Reddito Operativo Netto (EBIT)	56.373	70.448	74.670
Risultato netto	(29.346)	(12.874)	(13.072)
ROI	5,0%	6,1%	6,6%
ROS	6,5%	9,6%	11,5%
ROE	-34,6%	-11,3%	-10,3%

Dati in migliaia di euro

Questi dati evidenziano la capacità del Gruppo Sisal di perseguire la propria strategia di crescita e di cogliere le opportunità offerte dai mercati di riferimento in modo sostenibile anche dal punto di vista economico (significativa in tal senso la costante crescita della marginalità operativa lorda) che è precondizione essenziale per garantire il soddisfacimento degli interessi degli Stakeholder e la creazione di valore duraturo.

Sebbene in calo in valore assoluto, il dato negativo a livello di redditività netta per effetto della forte incidenza degli oneri finanziari e degli ammortamenti relativi ai significativi investimenti

effettuati dal Gruppo negli ultimi anni – connessi soprattutto a beni intangibili quali i diritti di concessione e gli avviamenti – non ha inciso sulla capacità aziendale di far fronte anche alle proprie obbligazioni finanziarie. Il che è testimoniato dal rispetto puntuale e sistematico dei parametri di garanzia (i cosiddetti *covenants*) previsti dai principali contratti di finanziamento attivati.

Il contributo di Sisal alla fiscalità generale

La significativa dimensione del mercato dei giochi in Italia, pari a circa il 5% del PIL nazionale (rispetto al 4% del 2010) in termini di raccolta lorda e a circa l'1,2% del PIL (rispetto all'1,1% del 2010) in termini di spesa reale del pubblico, determina grandi benefici sulla finanza pubblica. Nel 2011 le entrate erariali complessive derivanti dai giochi si sono assestate a circa 9,3 miliardi di euro con un tasso di crescita medio negli ultimi 5 anni di circa il 5%.

Di questi 9,3 miliardi di euro, circa 1,5 miliardi derivano dalla raccolta di giochi Sisal e circa 1,1 miliardi di euro sono relativi ai prodotti GNTN (SuperEnalotto, Vinci per la vita - Win for Life e SiVinceTutto SuperEnalotto) che sono fra i più amati e conosciuti dal pubblico, ma anche fra i più remunerativi dal punto di vista dei ritorni erariali.

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

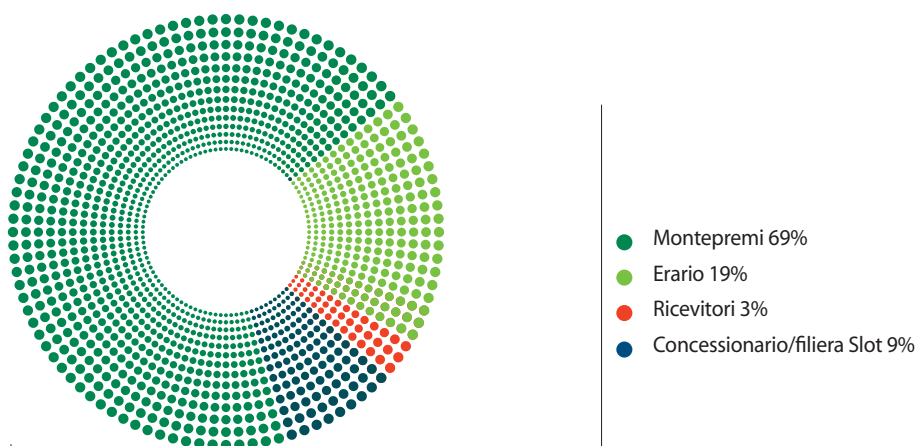
Per definire un quadro complessivo dei flussi finanziari derivanti dalla gestione dei giochi è necessario identificare i vari protagonisti: Giocatori, punti vendita (ricevitorie, agenzie e negozi ippici e sportivi, sale Wincity, etc.), Concessionari, altri soggetti della filiera impegnati nella raccolta del gioco (ad esempio, i Gestori degli apparecchi da intrattenimento) e l'Amministrazione Autonoma dei Monopoli di Stato (AAMS).

A fronte dei volumi di raccolta già sopra indicati, il pay out complessivo (ovvero l'ammontare delle vincite erogate) del mercato è risultato nel 2011 pari a circa il 77% della raccolta; ai Giocatori sono stati quindi distribuiti in vincite circa 62 miliardi di euro rispetto ai 44 miliardi di euro dell'anno precedente (+41%). Il rimanente, pari a circa l'11% della raccolta al netto dei prelievi erariali, è andato alle società concessionarie e alla filiera di raccolta sul territorio.

Con specifico riferimento alle attività del Gruppo Sisal nel 2011, le voci da considerare sono:

- > la raccolta, che è stata pari a circa 8,0 miliardi di euro;
- > le vincite complessivamente erogabili, che sono state pari a circa 5,6 miliardi di euro (circa il 69% della raccolta contro il 60% del 2010);
- > i compensi liquidati alle Reti di raccolta sul territorio, pari a circa 0,2 miliardi di euro;
- > i compensi riconosciuti alle Società Concessionarie del Gruppo, pari complessivamente a circa 0,7 miliardi di euro (inclusivi, per quanto riguarda la raccolta del gioco lecito tramite apparecchi da intrattenimento, delle remunerazioni retrocesse alla relativa filiera);
- > i prelievi erariali, pari complessivamente a circa 1,5 miliardi di euro (equivalenti a circa il 19% della raccolta, contro un dato complessivo di mercato di circa l'11%).

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



La produzione e la distribuzione della ricchezza generata

Di seguito sono riportati i dati economici consolidati 2011 di Sisal, riclassificati per evidenziare il processo di formazione del Valore aggiunto, ossia dei ricavi al netto dei costi intermedi. Il Valore aggiunto evidenzia la ricchezza generata dal Gruppo nell'esercizio che viene poi distribuita tra i vari Stakeholder. Il Valore aggiunto Globale Lordo, comprensivo degli ammortamenti e delle svalutazioni, è pari al 30,5% del Valore della produzione; il Netto è pari al 15,8%. Non ci sono finanziamenti significativi ricevuti dalla Pubblica Amministrazione.

Determinazione del Valore aggiunto

	2011	%
A Valore della produzione	869.840	100,0%
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	869.840	
B Costi intermedi di produzione	608.756	70,0%
Consumi di materie prime, sussidiarie e di consumo	18.882	
Costi per servizi	544.883	
Costi per godimento beni di terzi	13.813	
Accantonamenti per rischi	5.585	
Oneri diversi di gestione	25.593	
VALORE AGGIUNTO CARATTERISTICO LORDO	261.084	30,0%
Proventi finanziari	4.033	
VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO	265.117	30,5%
Ammortamenti, svalutazioni e ripristini di valore	127.507	
VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO	137.610	15,8%

Dati in migliaia di euro

Il Valore aggiunto Globale Netto nel 2011 si è attestato a 137,6 milioni di euro ed è così ripartito fra gli Stakeholder:

- >> Il 50,1% è stato distribuito ai Dipendenti sotto forma di retribuzione e senza considerare i costi indiretti.
- >> Il 14,7% è l'ammontare distribuito alla Pubblica Amministrazione attraverso imposte dirette e indirette.
- >> Il 53,1% è la remunerazione dei Finanziatori per il capitale di credito.
- >> -21,3% è l'incidenza della perdita netta aziendale sul Valore aggiunto Globale.
- >> Il 3,4% è destinato a favore delle Comunità locali.

Distribuzione del Valore aggiunto

	2011	%
A Remunerazione del personale	69.008	50,1%
Costi per il personale	65.392	
TFR	3.616	
B Trasferimenti alla Pubblica Amministrazione	20.217	14,7%
Imposte dirette	16.677	
Imposte indirette	3.540	
C Remunerazione del capitale di credito	73.064	53,1%
Oneri per capitale a breve termine	226	
Oneri per capitale a lungo termine	72.838	
D Remunerazione del capitale di rischio	0	0,0%
Utili distribuiti a soggetti terzi al Gruppo	0	
E Remunerazione dell'Azienda	(29.346)	-21,3%
Utili non distribuiti	(29.346)	
F Trasferimenti alle Comunità	4.667	3,4%
Tasse e imposte locali	1.856	
Liberalità	426	
Sponsorizzazioni	2.385	
VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO	137.610	100,0%

Dati in migliaia di euro

Il CSR Leadership Team di Sisal è costituito da:

Emilio Petrone
Amministratore Delegato

Simonetta Consiglio
Direttore Marketing e Comunicazione

Andrea Castellani
Responsabile Internal Audit e Risk Management

Mario Corti
Direttore Affari Legali e Societari

Giovanni Emilio Maggi
Direttore Relazioni Istituzionali

Marco Migliorisi
Responsabile Amministrazione e Finanza

Andrea Orlandini
Direttore Risorse Umane e Organizzazione

Corrado Orsi
Direttore Finanza, Amministrazione e Controllo

Questo Rapporto Sociale è stato realizzato con il supporto della CSR Unit di Sisal:

Laura Brivio, Laura Lungo, Marco Tiso, Alessandro Moretti, Stefano De Vita, Luciana Tarantino, Elisabetta Cannata, Mario Della Toffola, Giulio Pellizzari, Raffaella Leoni, Francesco Maldari, Giancarlo Pedrazzoli, Andrea Reda, Rosangela Robbiani, Barbara Rosà, Dante Carraturo, Laura Vimercati, Giuseppina Garruzzo

Il coordinamento interno per la stesura del Rapporto Sociale è stato curato da:

Gianmario Trovò

Il Rapporto Sociale e il Piano d'Azione CSR 2011 sono stati realizzati con il supporto di Olivares Consulting e in particolare da:

Federica Olivares
Anna Clerici
Marina Lanfranconi
Franco Bompani

Realizzazione editoriale
Edizioni Olivares

Progetto grafico
Orith Kolodny

Contatti:**Sede legale Sisal S.p.A.**

Via Alessio di Tocqueville, 13
20154 Milano, Italia
Tel. +39 02.88681

Sede di Roma

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

www.sisal.com | infoCSR@sisal.it

Foto credits**pp. 10 e 42**

Galleria Vertigo Arte Contemporanea, Cosenza.
LA FORMAZIONE DELL'UNO. 150 artisti per l'Unità d'Italia,
a cura di Fabio De Chirico, Mimma Pasqua, Franco Gordano

pp. 28 e 100

Italiae. 150 eventi in piazza per ri-disegnare l'Italia.
Progetto a cura del Dipartimento Educazione del Castello di Rivoli
Museo d'Arte Contemporanea, 2011. Courtesy Castello
di Rivoli Museo d'Arte Contemporanea, Rivoli, Torino, 2012

pp. 62-63

Luciano Barale
Museo d'Arte Contemporanea e del Novecento, Villa Renatico
Martini, Monsummano Terme (Pistoia), 2012

pp. 75 e 78

Susanna Busnelli

p. 122

Maestro Alfio Mongelli, Presidente della RUFA-Rome University
of Fine Arts



Finito di stampare nel mese di giugno 2012
da Arti Grafiche Meroni