



Rapporto Sociale 2012



Le mani,

tema fotografico del Rapporto Sociale 2012, rappresentano la centralità delle Persone nell'agire responsabile di Sisal.

Le mani sono espressione di comunicazione e dialogo, simbolo della collaborazione e dell'attenzione di Sisal nei confronti di tutti gli Stakeholder.

Con le mani costruiamo, andando oltre il solo "fare" per generare idee e progetti per un mondo più sostenibile.



Indice

1.

- 6** Le Persone:
la nostra responsabilità
Emilio Petrone

Il Gruppo Sisal

- 11** Sisal oggi
- 14** Mission, Vision e Valori
- 15** Le Società del Gruppo
- 18** La struttura del Gruppo
- 20** I Brand del Gruppo
- 22** I mercati di riferimento

Il modello di Governance

- 35** I principi e il sistema della
Corporate Governance di Sisal
- 37** Il Sistema di Controllo interno
e la gestione rischi
- 42** La Qualità
- 43** La Governance della
Sostenibilità di Sisal

2.

3.

La Sostenibilità Sociale

- 47 I Consumatori: il Programma di Gioco Responsabile
- 63 Le Persone in Sisal
- 68 La Comunità
- 85 La relazione con altri importanti Stakeholder
- 104 Dicono di noi

4.

La Sostenibilità Ambientale

- 111 La raccolta differenziata
- 111 Il risparmio energetico
- 111 La riduzione dei consumi
- 112 La riduzione dell'impatto ambientale
- 115 Le iniziative a favore della Comunità

5.

La Sostenibilità Economica

- 121 Sostenibilità come creazione di valore duraturo
- 122 Il contributo di Sisal alla fiscalità generale
- 124 La produzione e la distribuzione della ricchezza generata
- 126 Nota metodologica

Le Persone: la nostra responsabilità

Raccontare Sisal significa narrare un'importante storia industriale italiana. Una storia che, sin dalle sue origini, è pervasa da un fortissimo senso di Responsabilità Sociale. Basti pensare che nel 1946, l'anno in cui Sisal è stata fondata con il lancio della "Schedina Sisal" poi divenuta Totocalcio, l'Azienda investiva i propri proventi per contribuire alla ricostruzione degli stadi di calcio distrutti dalla guerra. Uno stimolo importante allo sviluppo dell'Italia, anche attraverso quei valori positivi e autentici che da sempre appartengono al mondo dello sport: gioco di squadra, fiducia negli altri, lealtà e determinazione. Valori su cui Sisal ha costruito le proprie fondamenta etiche, mettendo al centro l'identità della Persona, stimolando il talento e investendo nella Sostenibilità e nell'Innovazione.

Grazie all'impegno dei propri Dipendenti e dei Partner e alla stima e al gradimento conquistati con i Clienti, Sisal è cresciuta. In oltre sessantacinque anni di storia è diventata parte del tempo libero degli Italiani. Merito anche di un'offerta completa e integrata, a cui deve la reputazione di Azienda leader nel settore dell'intrattenimento e dei servizi. Crediamo che solo Sisal, nel proprio settore, possa vantare una tradizione così consolidata e riconosciuta: un'eredità che ci rende orgogliosi, ma soprattutto che ci impone di guardare al futuro con uno sguardo attento e sensibile, per uno sviluppo realmente sostenibile.

La nostra Visione, oggi racchiusa nel concetto di "Rendere più semplice e divertente la vita delle Persone", è dunque un impegno e una promessa che Sisal continuerà a sostenere con passione e responsabilità anche in futuro, attraverso continue iniziative a beneficio dei nostri Stakeholder, consolidando la fiducia conquistata negli anni. Anni nei quali la cultura della responsabilità è diventata parte integrante della strategia e del modello di gestione dell'Azienda, che in questa direzione ha messo a punto un Programma articolato di Gioco Responsabile e Responsabilità Sociale d'Impresa.

Crediamo, infatti, che il valore di un'azienda si giudichi, oltre che dai risultati economici, anche dalla trasparenza nei processi di governance, dalla correttezza verso i propri Clienti, dal rispetto e dalla valorizzazione delle Persone. E ancora dalla capacità di portare un contributo positivo alla comunità in cui opera, dal rapporto costruttivo con gli Azionisti, le Istituzioni e i Partner e dall'assoluto rispetto che dimostra verso l'Ambiente.

In questo senso, il 2012 è stato un anno ricco di risultati significativi e importanti.

Consapevoli di operare in un settore delicato che impone un'attenzione specifica alla tutela dei Clienti e delle categorie più vulnerabili, abbiamo rafforzato il Programma di Gioco Responsabile con l'obiettivo di promuovere un modello di intrattenimento sicuro, consapevole ed equilibrato. E grazie all'applicazione costante di best practice internazionali, nel 2012 abbiamo riconfermato la certificazione dell'European Lotteries e ottenuto dalla World Lottery Association la certificazione sul Responsible Gaming.

Abbiamo inoltre sviluppato, in collaborazione con altri attori e istituzioni di riferimento, il primo Codice di Autodisciplina Pubblicitaria di settore, allo scopo di garantire messaggi commerciali a tutela dei Consumatori e nel rispetto delle loro sensibilità.

In ambito educativo, culturale e sportivo, Sisal ha confermato il proprio impegno verso la Comunità sostenendo progetti rivolti ai giovani che mirano a creare opportunità di sviluppo e formazione. Penso, ad esempio, al progetto realizzato con Save the Children contro la dispersione scolastica, al sostegno per l'innovazione sociale promosso con ItaliaCamp e una rete di circa settanta università, alla promozione di eventi culturali con il Piccolo Teatro di Milano.

Sisal è anche al fianco della Ricerca. Un sostegno concreto che vede il coinvolgimento attivo della Rete Distributiva dell'Azienda, che ogni anno identifica specifici progetti di ricerca ai quali destinare i fondi raccolti, a servizio della solidarietà. Da AIRC ad AriSLA, da Telethon alla Fondazione Umberto Veronesi, l'ultima in ordine di tempo, impegnata in un progetto molto innovativo per la ricerca contro il cancro al seno.

Ma non può esistere un processo valoriale rivolto alla sostenibilità, senza una costante attenzione verso i Collaboratori e i Dipendenti: la vera forza di Sisal. Anche nel 2012 abbiamo continuato a investire per permettere a tutti i colleghi di sviluppare le proprie capacità e competenze, valorizzandone risultati e comportamenti corretti. Vogliamo costruire un ambiente di lavoro che offra a tutti le medesime opportunità sulla base di criteri di merito condivisi. Tra i progetti più virtuosi, in questo senso, "WiSE - Women in Sisal Experience" teso a valorizzare il talento e la professionalità femminile, promuovendo un nuovo modo di lavorare dove la diversità di genere rappresenta un valore aggiunto e un'opportunità di crescita.

Queste sono solo alcune delle iniziative che abbiamo intrapreso nel 2012 e che sono descritte in modo dettagliato nelle pagine di questa quarta edizione del Rapporto Sociale, insieme agli obiettivi che ci poniamo per gli anni a venire. Primo fra tutti quello di continuare a consolidare una politica di Responsabilità Sociale e di Sviluppo Sostenibile che integri le dimensioni economiche, sociali e ambientali e che si traduca in azioni concrete.

Un impegno coerente con i valori condivisi da tutta l'Azienda e da tutti gli oltre 1.500 colleghi che, ogni giorno, lavorano con passione e dedizione per rendere Sisal un Gruppo sempre più eccellente e competitivo, orientato al benessere dell'Impresa e della Società.

Il mio ringraziamento va quindi a tutti coloro, alle donne e agli uomini del Gruppo Sisal, che con il loro contributo professionale e personale, con sensibilità e determinazione, ci consentono di raggiungere risultati di altissima qualità.

Emilio Petrone

Amministratore Delegato Sisal S.p.A.





A hand is shown from the right side, pointing its index finger towards a large red number '1'. The background is a green, textured surface, possibly a wall or a piece of fabric, with some darker green patches. The lighting creates a shadow of the hand on the surface.

1.

IL GRUPPO SISAL



Nel 1946, dal sogno e dall'intuizione di tre giornalisti sportivi, nasce Sisal, la prima Azienda italiana a operare nel settore del gioco come Concessionario dello Stato. In oltre sessantacinque anni di attività, Sisal ha costruito una relazione di fiducia e credibilità con oltre 20 milioni di Consumatori, progettando e gestendo giochi con competenza, trasparenza e sicurezza, in pieno accordo con gli standard stabiliti dall'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli (AAMS) e dalle maggiori Istituzioni internazionali in tema di Gioco Responsabile.

Raccontare Sisal significa, innanzitutto, narrare una grande storia imprenditoriale italiana che dura nel tempo. Nel corso degli anni Sisal ha inventato giochi di grande successo e qualità, tra cui i leggendari Totocalcio e Totip, la Tris in ricevitoria, le scommesse Match Point, SuperEnalotto e i più recenti Vinci per la vita – Win for Life, SiVinceTutto SuperEnalotto ed EuroJackpot.

L'attenzione a una continua innovazione ha portato l'Azienda non solo a differenziare la propria offerta nel settore dell'intrattenimento, ma anche a proporre un'articolata gamma di servizi di pagamento, SisalPay, in partnership con aziende pubbliche e private.

Sisal oggi

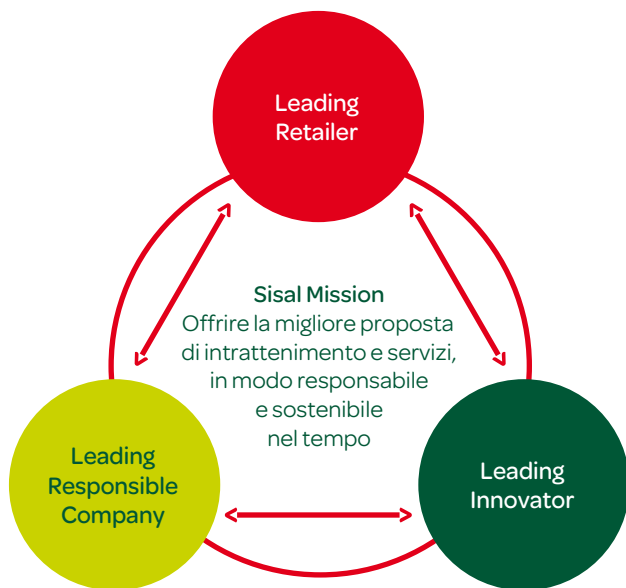
Oggi Sisal è un grande Gruppo italiano, presente capillarmente sia sul Territorio sia online, che opera in stretta sinergia con le Istituzioni nei settori del gioco e dei servizi di pagamento.

Innovazione, sviluppo del retail, Responsabilità Sociale e Sostenibilità sono gli obiettivi che guidano Sisal verso l'eccellenza.

Sisal ha interpretato nel corso del tempo il cambiamento delle abitudini e dei consumi del Paese sviluppando una Rete di punti vendita vicina agli Italiani e alle loro necessità. Sisal è infatti presente sul territorio nazionale con una Rete distribuita capillarmente e costituita da ricevitorie, corner sportivi, agenzie e negozi Sisal Match Point e da Sisal Wincity, una catena di spazi di intrattenimento caratterizzati da un concept innovativo.

La Rete, intesa sia come punto vendita sia come canale digitale, costituisce una struttura fondamentale nella strategia di posizionamento dell'Azienda, offrendo attraverso i luoghi fisici e virtuali Sisal un'esperienza nuova, coinvolgente e sicura. Il canale digitale è garantito dal sito www.sisal.it che in questi anni ha visto la propria offerta online arricchirsi e diversificarsi. Sono stati introdotti nuovi giochi: oltre a Lotterie, Scommesse e Casinò online – presenti anche sui dispositivi mobile e tablet – sono disponibili Slot, Bingo, Skill e Quick Games.

L'innovazione è quindi l'elemento distintivo che accompagna il percorso di crescita di Sisal.



I driver strategici dell'Azienda

Oggi, in particolare, innovare significa investire sul servizio al Consumatore ponendolo al centro dell'attenzione e proponendo occasioni di intrattenimento e servizi utili che semplificano la vita.

Sisal si avvale dell'apporto di risorse interne e della collaborazione di importanti Istituzioni scientifiche e universitarie nazionali e internazionali per creare un modello eccellente di innovazione responsabile basato sulla partecipazione di giovani talenti e sull'utilizzo di strumenti d'avanguardia. Proprio con questo spirito, negli ultimi anni, l'Azienda si è anche rivolta al Consumatore finale avviando un progetto di crowdsourcing finalizzato alla raccolta di idee innovative.

Nel proprio percorso di innovazione e ricerca Sisal ha scelto, fin dalle origini, di perseguire uno sviluppo sostenibile, mirato a bilanciare la crescita del business con la Responsabilità Sociale.

Sebbene l'attenzione nei confronti della Comunità di riferimento sia radicata nella storia di Sisal, è dal 2009 che l'Azienda ha rafforzato il proprio impegno di Responsabilità Sociale con una strategia e un articolato Programma di Sostenibilità rendicontato a tutti i propri Stakeholder attraverso la pubblicazione annuale del Rapporto Sociale.

In Sisal la sostenibilità si articola in quattro aree di intervento:

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

Quanto più integrate sono le dimensioni economiche, sociali e ambientali all'interno della strategia complessiva dell'Azienda tanto più questa sarà in grado di valorizzare le risorse intangibili fondate sulla fiducia e sulle relazioni che garantiscono il successo e un futuro duraturo dell'impresa.

Tutte le azioni di Responsabilità Sociale di Sisal si sviluppano a partire da un modello di Stakeholder Engagement che ha la priorità di coinvolgere attivamente i propri portatori d'interesse attraverso un approccio di crescita sostenibile che bilancia gli interessi e le aspettative di tutti i soggetti di riferimento.

L'attenzione e l'ascolto delle esigenze dei propri Stakeholder hanno permesso a Sisal di rispondere prontamente alle trasformazioni sociali avviando un Programma di Sostenibilità Sociale che ha quali destinatari privilegiati i Consumatori, la Comunità di riferimento e i propri Collaboratori.



Crescita sostenibile

Corporate Governance



Trasparenza e Responsabilità nel management

Integrità, Valori e Codice Etico

Prevenzione e Controllo dei rischi

Sostenibilità Sociale



Gioco Responsabile e tutela dei Consumatori

Benessere dei Collaboratori

Sviluppo della Comunità

Sostenibilità Ambientale



Riduzione dell'impatto ambientale dei processi operativi

Gestione efficiente delle Risorse e dei consumi

Iniziative a favore dell'Ambiente

Sostenibilità Economica



Crescita duratura

Distribuzione del Valore generato

Contributo alla Fiscalità e alla Comunità

Stakeholder Engagement

L'impegno di Sisal verso i Consumatori è fondato sui valori di fiducia, correttezza e attenzione: tutte caratteristiche che fanno di Sisal un'Azienda non solo affidabile, ma anche garante di un Gioco Sicuro e Responsabile. Sisal offre infatti un programma basato su un modello di gioco consapevole ed equilibrato, centrato sull'intrattenimento e sul divieto di gioco ai minori, che previene i fenomeni di gioco problematico con particolare attenzione alla tutela delle fasce di Consumatori più vulnerabili. Il Programma di Gioco Responsabile è ispirato alle best practice internazionali e ha permesso a Sisal di ottenere le certificazioni della European Lotteries e della World Lottery Association.

L'attenzione dell'Azienda nei confronti della Comunità si spinge oltre il semplice dialogo e si realizza con il supporto a progetti incentrati sui temi della formazione e del sostegno ai giovani, della ricerca scientifica, della cultura, dell'arte e dello sport che hanno anche l'obiettivo di rafforzare il legame di Sisal con il Territorio.

La Sostenibilità Sociale di Sisal si concretizza inoltre nell'attenzione verso tutti i Collaboratori che contribuiscono quotidianamente alla creazione di valore per l'Azienda. Il talento individuale e la ricchezza della diversità rappresentano i punti di forza del Gruppo Sisal che consentono di offrire una proposta di intrattenimento e servizi distintiva, responsabile e sostenibile nel tempo.

Nella Vision di Sisal le Persone, le loro performance e il loro sviluppo sono al centro dell'attenzione tanto quanto i risultati di business.

Mission, Vision e Valori

Negli ultimi quattro anni Sisal ha vissuto un'importante espansione e diversificazione: dal 2008 infatti l'Azienda è cresciuta: in termini economici, raddoppiando il fatturato e i principali indicatori; in termini di struttura interna, incrementando le proprie risorse; in termini di diversificazione, passando da un approccio mono-prodotto, trainato dal successo del SuperEnalotto, a una strategia di differenziazione del proprio portafoglio tipica del mercato di largo consumo.

La crescita dell'Azienda, accompagnata dall'evoluzione del mercato dei giochi, ha reso necessaria una profonda riflessione interna sull'identità di Sisal e sull'ideazione di nuovi percorsi che garantissero di raggiungere l'eccellenza.

L'Azienda ha lavorato sulla propria identità – focalizzandosi sul valore e sulle sensibilità delle Persone – guidata da una visione responsabile e di lungo periodo.

Questo processo di rinnovamento ha portato a delineare una nuova Vision e una nuova Mission che conciliano in maniera coerente l'eredità storica di Sisal con gli obiettivi della Società e con il nuovo scenario di mercato, nonché nuovi Valori che raccontano il sentire dei Consumatori, della Comunità di riferimento e dei Collaboratori di Sisal e guidano i comportamenti etici e di business dell'Azienda.

A questo processo di rinnovamento si è affiancata la ridefinizione dell'identità visiva dell'Azienda che ha portato allo sviluppo di un nuovo logo, più moderno e contemporaneo, che rappresenta al meglio la nuova direzione strategica dell'Azienda, pur rimanendo riconoscibile e legato alla lunga e importante tradizione di Sisal.

Una nuova veste grafica che, coordinata su tutte le attività di comunicazione dell'Azienda, ha dato vita a una Corporate Identity di Sisal distintiva, innovativa e coerente.

Anche questo ulteriore passo in avanti dimostra lo sguardo attento e consapevole di Sisal nei confronti delle dinamiche della società e del mercato in cui opera e conferma il Gruppo come Azienda competitiva, moderna e al passo con i tempi.

Vision

“Rendere più semplice e divertente la vita delle Persone”

Le Persone sono costantemente al centro dell'attività di Sisal che fin dal 1946 si prende cura del tempo libero degli Italiani. La nuova Vision di Sisal racconta l'anima dell'Azienda che opera attivamente affinché i propri Consumatori possano vivere le attività quotidiane con modalità piacevoli, immediate e sicure. Il principale obiettivo è la valorizzazione del tempo libero dei Consumatori.

Mission

“Offrire la migliore proposta di intrattenimento e servizi, in modo responsabile e sostenibile nel tempo”

Sisal si impegna a proporre un'offerta innovativa e di alta qualità attraverso un'esperienza di consumo piacevole, usufruibile sia in tutti i punti vendita della Rete, capillarmente diffusa sul territorio nazionale, sia online.

La Mission del Gruppo Sisal coniuga l'ampia gamma di prodotti di gioco e intrattenimento con i servizi di pagamento, la cui accessibilità è favorita da ambienti sempre più piacevoli e sicuri.

Valori

Un'Azienda che vuole essere leader nella Responsabilità Sociale ha il dovere di uniformare i propri comportamenti e farsi guidare da Valori che ne costituiscano le fondamenta etiche e che mettano al centro le Persone. Per questo i Valori di Sisal sono:

Giochiamo di squadra

Ognuno di noi dà il massimo per vincere insieme.

Abbiamo cura e rispetto dei nostri Consumatori

La soddisfazione e la fiducia dei Consumatori sono il nostro premio più ricco.

Crediamo nelle Persone e nella loro diversità

Il valore delle Persone e la ricchezza della loro diversità sono la nostra combinazione vincente.

Siamo responsabili ed eccellenti

La Sostenibilità e il rispetto delle regole sono per noi l'ambiente dove raggiungere l'eccellenza.

Innoviamo per crescere

Puntiamo su innovazione e sviluppo. Un Gruppo che crede nella ricerca investe sul proprio futuro.

Ogni Valore è coerente con la Mission dell'Azienda ed esprime il sentire delle Persone di Sisal, ispirandone il lavoro quotidiano. Sisal ha lanciato un programma per la concreta attuazione dei Valori chiamato VIS – *Valori in Sisal*. L'acronimo in latino significa forza e la forza dei Valori è per Sisal un driver importante.

Le Società del Gruppo

Sisal è oggi un grande Gruppo costituito da:

Sisal Holding Istituto di Pagamento S.p.A. (SHIP S.p.A.)

È la Holding del Gruppo Sisal con funzioni di direzione e coordinamento delle Società che ne fanno parte. Offre oltre 350 servizi di pagamento con oltre 100 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 Sàrl.

SHIP S.p.A. è Partner della Pubblica Amministrazione attraverso il protocollo di intesa "Reti Amiche", una collaborazione sinergica tra reti pubbliche e private volta a incrementare i punti di contatto tra 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 complessivo del Gruppo nel 2012 è pari a 823,4 milioni di euro.

Sisal S.p.A.

Controllata da SHIP S.p.A., gestisce attraverso una Rete di circa 42.000 punti vendita collegati online numerosi giochi, tra 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.

Il fatturato 2012 ammonta a 221,7 milioni di euro.

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: 204 tra agenzie e negozi gestiti direttamente o in partnership, circa 1.000 corner per la raccolta delle scommesse sportive e oltre 3.000 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 Numerici, Sisal Poker, Sisal Bingo, Sisal Skill Games e Sisal Casinò.

Il fatturato 2012 ammonta a 130 milioni di euro.

Sisal Entertainment S.p.A.

Garantisce il collegamento di oltre 36.000 apparecchi da intrattenimento alla rete telematica statale, 14.000 dei quali di sua proprietà, attraverso 250 gestori distribuiti sul territorio nazionale. Gli apparecchi sono ubicati in oltre 12.600 esercizi. Sisal Entertainment garantisce inoltre il collegamento di circa 4.900 apparecchi Videolotteries in 550 punti vendita. Da settembre 2010 la Rete Distributiva si è ampliata grazie allo sviluppo del nuovo retail concept "Sisal Wincity – Eat, Drink, Play" presente in sei città. La nuova catena di punti vendita, basata sull'idea di dedicare al gioco spazi e servizi di eccellenza e di alta qualità, risponde alla richiesta dei Consumatori di vivere il momento del gioco come divertimento, svago e occasione di socialità.

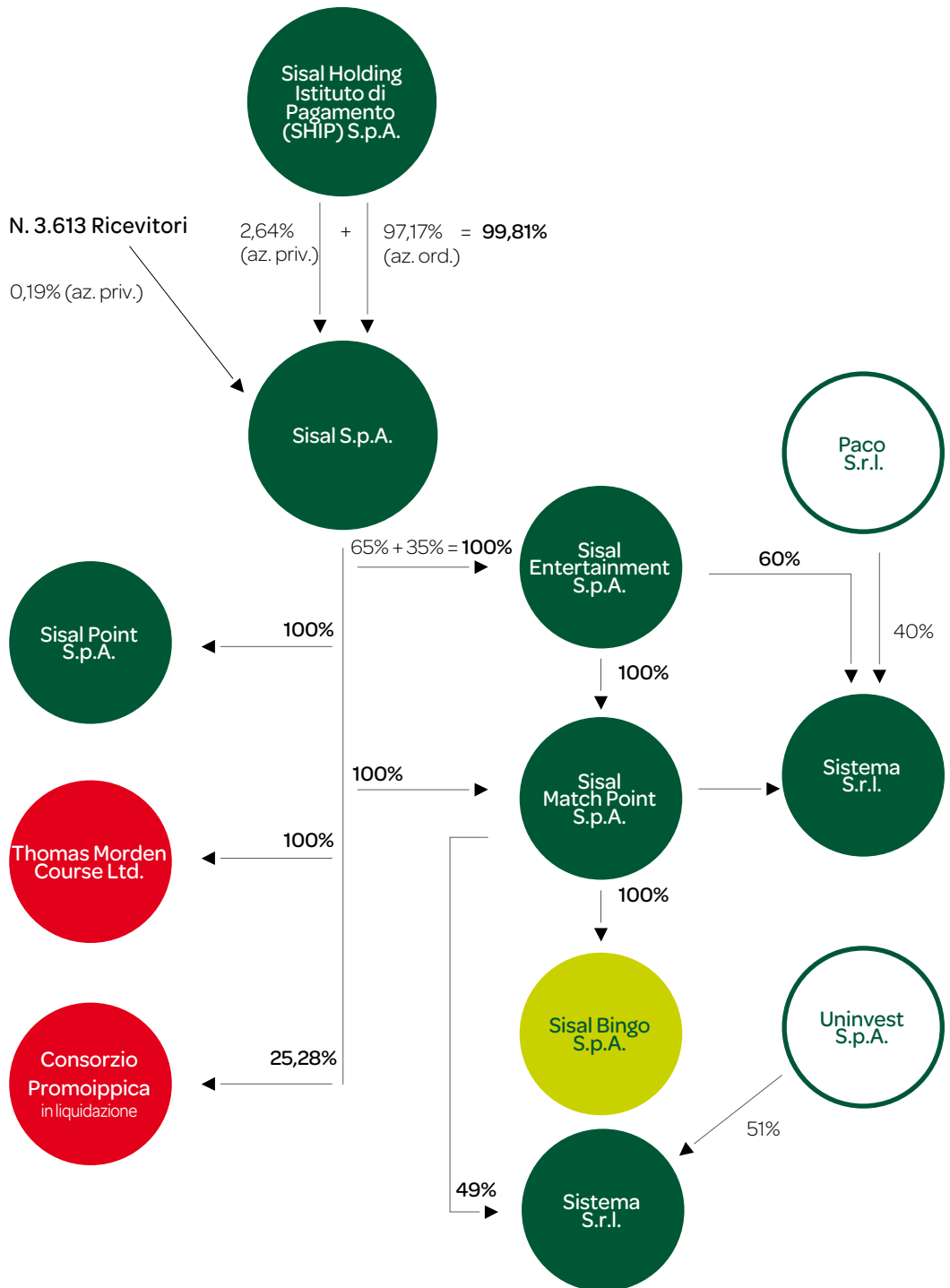
Il fatturato 2012 ammonta a 454,5 milioni di euro.

Sisal Bingo S.p.A.

Dal 2007 opera nel mercato delle sale Bingo e, più di recente, nel Bingo online.

Il fatturato 2012 ammonta a 3,3 milioni di euro.

Societogramma



- Società attive
- Società inattive o in liquidazione
- Soci
- Società incorporata in Sisal Match Point S.p.A. dal 01/07/2013

La struttura del Gruppo

Il modello organizzativo di Sisal è basato su tre Business Unit: Lottery, Entertainment, Digital Games and Services, a cui si affiancano sette Direzioni centrali che hanno l'obiettivo di garantire coerenza finanziaria, strategica e operativa, nonché la Mission etica della Società.

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 fino al 2018 in virtù dell'assegnazione da parte del Concessionario 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

Si occupa della gestione degli apparecchi da intrattenimento, che comprendono le nuove Videolotteries, e delle scommesse sportive e ippiche. L'articolato network distributivo, in continuo sviluppo, si compone di circa 15.000 punti vendita gestiti sia direttamente sia in partnership. Punto di forza della Business Unit sono i punti vendita Match Point, dedicati alle scommesse, e le sale Wincity, dedicate all'intrattenimento. L'obiettivo principale che guida la BU Entertainment è offrire qualità, professionalità e innovazione: questo si realizza in particolare attraverso il lancio di nuove piattaforme di gioco VLT, il costante sviluppo dell'offerta di gioco, nonché attraverso l'espansione del retail con i brand Sisal Wincity e Match Point.

Business Unit Digital Games and Services

L'online è uno dei settori più significativi del Gruppo e si caratterizza per l'importante innovazione tecnologica e di prodotto. Sisal garantisce un'offerta sempre più competitiva anche grazie al lancio di giochi quali Casinò Games e Poker Cash e alla recente introduzione delle Slot online che hanno portato l'Azienda a diventare uno dei leader italiani nel settore.

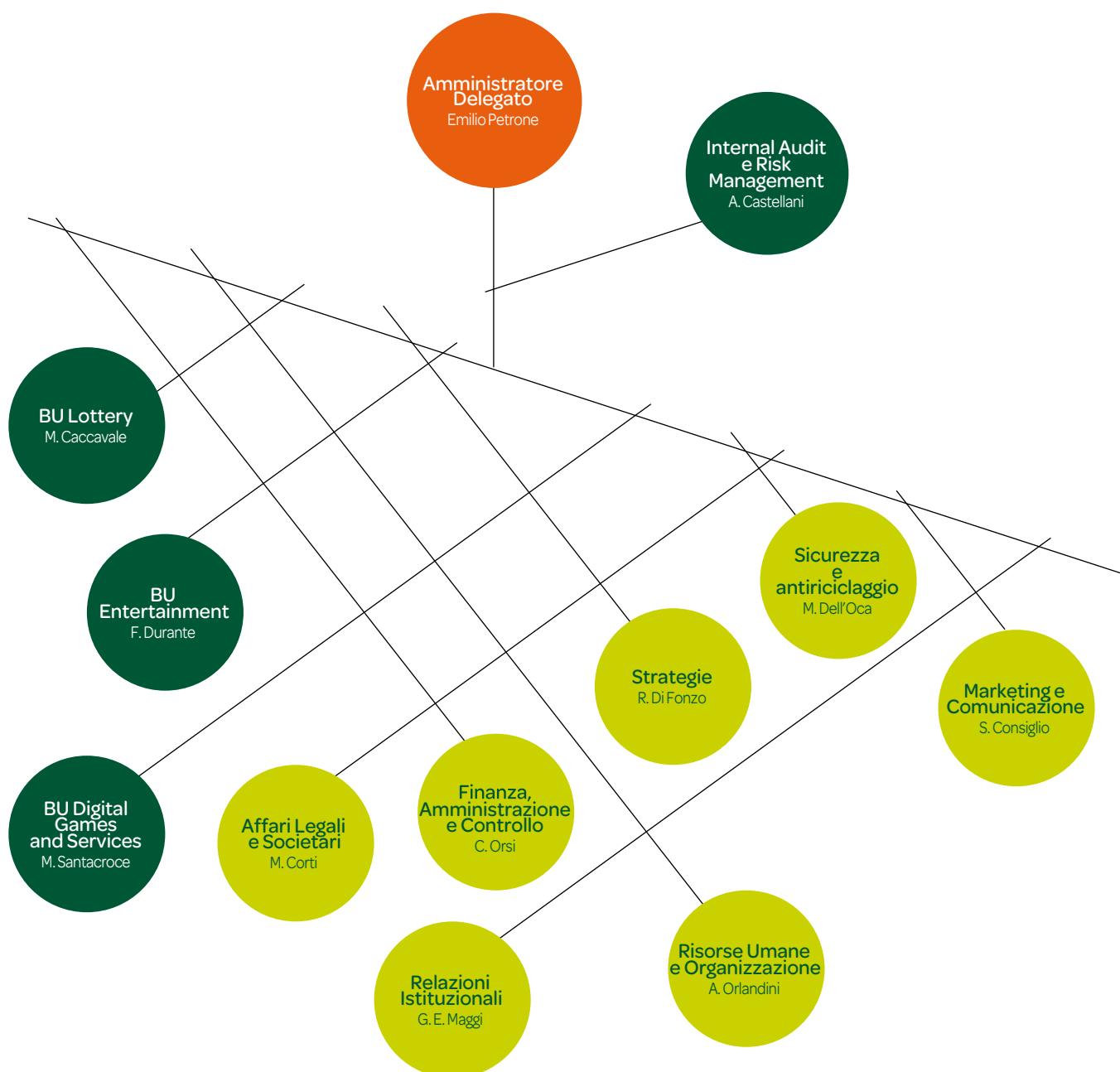
L'offerta di gioco online, sia per le diverse piattaforme disponibili sia per le molteplici modalità di accesso, è garantita da certificazioni e da un continuo innalzamento degli standard di sicurezza e protezione dei Giocatori (autolimitazioni obbligatorie ai volumi di gioco, possibili autoesclusione, sicurezza nelle meccaniche promozionali), in linea con il Programma di Gioco Responsabile.

La Business Unit Digital Games and Services offre inoltre ai propri Consumatori una vasta gamma di 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 il Gruppo Sisal è in grado di offrire soluzioni rapide, semplici e sicure al Consumatore finale – che può usufruire di una vasta gamma di servizi, tra cui la ricarica del proprio cellulare, delle tessere della TV digitale e delle principali carte prepagate e il pagamento di bollette, multe e tributi – mantenendo costante un profilo altamente professionale, innovativo e di sicurezza.

La strategia che guida il Gruppo Sisal nell'area dei servizi di pagamento si basa su diversi asset distintivi che hanno consentito all'Azienda di raggiungere in breve tempo una significativa posizione competitiva:

- capillarità geografica e piena accessibilità alla Rete Distributiva (7 giorni su 7);
- sicurezza, velocità e semplicità nell'erogazione del servizio al Consumatore finale;
- offerta di servizi ampia e diversificata per soddisfare le esigenze di un pubblico sempre più numeroso;
- alto livello tecnologico delle infrastrutture informatiche Sisal;
- grande impegno nell'instaurare un rapporto trasparente e collaborativo con la propria Rete.

Organigramma del Gruppo Sisal



Nel corso degli anni il Gruppo Sisal ha consolidato un rapporto di fiducia e credibilità con i propri Consumatori che si è tradotto nel 2012 in un volume d'affari di circa 6 miliardi di euro riferito ai soli servizi erogati nelle ricevitorie.

Questo risultato è supportato anche dall'ampliamento del portafoglio servizi – che a oggi annovera oltre 100 partnership, tra cui alcune nuove e importanti come Compass, Edison, E.ON e Acea – e dall'azione di rebranding che ha portato alla creazione di SisalPay.

L'impegno profuso dall'Azienda verso la propria Rete, i propri Consumatori, i Cittadini e i Partner ha permesso di sviluppare un'offerta sempre più competitiva e diversificata con oltre 350 servizi disponibili. In un'ottica di costante sviluppo dell'area, il Gruppo Sisal ha già avviato una serie di nuovi progetti finalizzati a un ulteriore ampliamento dell'offerta e alla ideazione di nuove soluzioni di pagamento con l'obiettivo di semplificare le modalità di fruizione dei servizi al Consumatore.

I Brand del Gruppo

Brand Lottery

Giochi Numerici a Totalizzatore Nazionale (GNTN) molto popolari e in concessione esclusiva di Sisal.



- È il brand più conosciuto dai Consumatori
- Ha uno dei jackpot più alti al mondo
- Ha un bacino potenziale di 20 milioni di Consumatori e oltre 620.000 fan su Facebook



- Lanciato nel 2011, è l'unico gioco che distribuisce l'intero montepremi con l'estrazione dell'ultimo mercoledì del mese



- Lanciato nel 2009, è il primo gioco in Italia a offrire in premio una rendita mensile per 20 anni



- Lanciato nel marzo 2012, è il primo e unico gioco di lotteria in Italia realizzato in collaborazione con 14 Paesi europei con un jackpot milionario

Brand Scommesse

Ampia gamma di scommesse sportive e ippiche, anche in modalità live. A breve è previsto il lancio delle Virtual Races.



- Oltre 4.000 punti vendita, di cui oltre 200 agenzie gestite direttamente o in partnership
- Standard di servizio elevato con un'ampia scelta di palinsesto ippico e sportivo
- Giochi a totalizzatore multiprovider: Totocalcio, Totogol, Tris, Big Match

Brand Entertainment

Esperienza completa di intrattenimento grazie all'offerta di gioco Sisal, alla ristorazione di alta qualità e all'ampio palinsesto di eventi live.



- Modello retail innovativo basato sul concept "Eat, Drink, Play"
- Ambienti curati piacevoli e sicuri con giochi e tecnologia all'avanguardia
- Personale altamente qualificato e presenza di "personal player" per assistere i Giocatori in un ambiente di gioco sano e divertente
- Offerta di ristorazione con cucina e servizio di alta qualità
- Sei grandi sale nelle principali città italiane: Milano, Roma, Torino, Pescara, Brescia e Firenze

Brand Digital Games

Emozioni di gioco reali su Sisal.it e Sisal mobile APPs.



- Ambiente web sicuro e user-friendly
- Portafoglio completo con:
 - Giochi solo online: Poker, Casinò, Quick e Skill Games
 - Scommesse e prodotti Lottery, disponibili anche offline
 - Slot online, introdotte per la prima volta sul mercato italiano
- Oltre 80.000 Consumatori ogni mese su www.sisal.it
- Offerta mobile: App scommesse Matchpoint, App SuperEnalotto, m-site Sisal.it (scommesse, Casinò Games, SuperEnalotto e Gratta e Vinci)

Brand Servizi di pagamento

Vicinanza, velocità, praticità e sicurezza sono i vantaggi che SisalPay offre al Consumatore.



- Autorizzazione dalla Banca d'Italia a operare come Istituto di Pagamento
- Oltre 350 servizi di pagamento (bollette, multe, tributi, ricariche telefoniche e di carte prepagate)
- Circa 42.000 punti vendita
- Servizio disponibile 7 giorni su 7

I mercati di riferimento

Il mercato di prossimità in Italia: lo scenario

Il trend 2007–2012

Il mercato di prossimità, ovvero il mercato che somma l'offerta di giochi e di servizi nelle ricevitorie, ha avuto un'importante crescita negli ultimi sei anni, superando i 100 miliardi di euro di raccolta lorda complessiva con un tasso medio di crescita (c.d. CAGR) pari al 17,2%.

Sebbene entrambi i segmenti crescano in maniera significativamente positiva, il mercato dei Servizi diffuso (bollette, tributi, multe, ricariche telefoniche e di carte prepagate) presenta un tasso medio di crescita significativamente più elevato (24,3%) rispetto al mercato dei giochi (15,9%).

Il diverso tasso di crescita dei due comparti è determinato anche dal fatto che il mercato dei Servizi di prossimità sta via via ampliando l'offerta di prodotti in modo da incontrare la domanda dei Consumatori, mentre il mercato dei giochi ha raggiunto una fase di maturità grazie a un portafoglio prodotti completo e in grado di soddisfare i desiderata dei Giocatori.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	CAGR 2007/2012	*
Raccolta Lorda mercato dei giochi Totale	41.425	47.555	54.402	60.984	79.597	86.669	15,9%	
Mercato dei Servizi diffuso Totale	6.290	8.748	10.411	13.524	16.819	18.685	24,3%	
Mercato di prossimità	47.715	56.303	64.813	74.509	96.416	105.355	17,2%	

Una corretta lettura dei valori relativi al mercato dei giochi deve, però, tener conto dell'andamento del cosiddetto pay out, ovvero della frazione della raccolta che torna ai Giocatori sotto forma di vincita. Se si sottrae questo valore alla raccolta si ottiene la spesa netta, ovvero quanto il Consumatore immette effettivamente nel mercato per generare nuove giocate. La tabella seguente riflette l'andamento della spesa netta dei Consumatori ed evidenzia come il mercato dei giochi abbia registrato nel periodo in esame un tasso di crescita medio pari a circa il 4,9% e come il mercato dei Servizi sia cresciuto del 24,3%.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	CAGR 2007/2012	*
Spesa Netta mercato dei giochi Totale	13.192	14.835	16.197	17.017	17.973	16.723	4,9%	
Mercato dei Servizi diffuso Totale	6.290	8.748	10.411	13.524	16.819	18.685	24,3%	
Mercato di prossimità	19.481	23.583	26.608	30.542	34.792	35.408	12,7%	

* Dati in milioni di euro

Mercato dei giochi 2012 basato su stime Sisal market intelligence (28/01/2013 update)

Mercato dei servizi Osservatorio Servizi di Pagamento – Busacca&Associati

Il mercato dei giochi in Italia: lo scenario

Il trend 2007–2012

La raccolta lorda del mercato dei giochi cresce con un CAGR del 15,9%.

Analizzando le diverse componenti della raccolta si nota che, nel periodo in esame, il pay out è passato dal 68,2% nel 2007 all'80,7% nel 2012, raggiungendo un valore pari a quasi 70 miliardi di euro che sono tornati ai Giocatori sotto forma di vincite. Questa crescita è stata determinata dall'introduzione di giochi con pay out sempre maggiori e dai nuovi giochi online che presentano pay out pari o superiori al 97%.

La spesa reale del pubblico è cresciuta fino a raggiungere un tasso pari al 4,9%, benché nel 2012 sia risultata inferiore rispetto al 2011 di circa 1,3 miliardi di euro, riflettendo la contrazione dei consumi registrata in Italia nel corso dell'ultimo anno.

La spesa reale viene poi ripartita tra i vari protagonisti del mercato dei giochi, tra cui l'Erario, che nel 2012 risulta essere il destinatario della frazione più rilevante, pari al 51,7%, la filiera distributiva (Gestori e punti vendita), che riceve il 34,1%, e i Concessionari, a cui viene destinato il 14,2%.

Nel periodo 2007–2012 il ruolo dei Gestori è cresciuto con un CAGR del 15,1% in virtù della loro attività strettamente legata al settore degli apparecchi da intrattenimento (Adi) che rappresentano il comparto con il tasso di crescita più alto negli ultimi sei anni. Di conseguenza, i Gestori hanno beneficiato della sostenuta fase di legalizzazione e crescita dei due segmenti New Slot e VLT in cui si articola il comparto.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	CAGR 2007/2012	★
Raccolta totale	41.425	47.555	54.402	60.984	79.597	86.669	15,9%	
Pay out	28.233	32.720	38.205	43.967	61.625	69.947	19,9%	
Spesa reale del pubblico	13.192	14.835	16.197	17.017	17.973	16.723	4,9%	
Erario	7.704	8.491	9.315	9.336	9.435	8.649	2,3%	
Concessionari	1.917	2.268	2.397	2.548	2.904	2.368	4,3%	
Gestori	858	1.030	1.212	1.469	1.716	1.734	15,1%	
Punti vendita	2.712	3.046	3.272	3.664	3.917	3.971	7,9%	

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	★
Raccolta totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
Pay out	68,2%	68,8%	70,2%	72,1%	77,4%	80,7%	
Spesa reale del pubblico	31,8%	31,2%	29,8%	27,9%	22,6%	19,3%	
Erario	58,4%	57,2%	57,5%	54,9%	52,5%	51,7%	
Concessionari	14,5%	15,3%	14,8%	15,0%	16,2%	14,2%	
Gestori	6,5%	6,9%	7,5%	8,6%	9,5%	10,4%	
Punti vendita	20,6%	20,5%	20,2%	21,5%	21,8%	23,7%	

★ Dati in milioni di euro
Mercato dei giochi 2012 basato su stime Sisal market intelligence (28/01/2013 update)

Analizzando i diversi settori che compongono il mercato dei giochi, è evidente che la crescita del 15,9% della raccolta lorda è essenzialmente imputabile agli Adi (CAGR 21,8%) e ai nuovi giochi online, la cui offerta è aumentata nel corso degli anni grazie al controllo dello Stato su molti prodotti che venivano giocati su siti illegali. Il comparto Scommesse presenta un valore negativo, a causa principalmente della profonda crisi in cui versa il settore dell'Ippica nel nostro Paese.

Il Bingo, invece, riesce a contenere questa riduzione grazie alla crescita del pay out che, dal 2009, è aumentato dal 58% al 70%.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	CAGR 2007/2012	*
Lotterie	16.042	17.635	18.876	18.122	19.421	17.689	2,0%	
Scommesse e CPS ¹	5.558	6.357	6.142	6.228	5.294	5.007	-2,1%	
Adi (Slot e VLT)	18.072	21.685	25.525	31.534	44.615	48.400	21,8%	
Bingo	1.753	1.636	1.512	1.954	1.850	1.640	-1,3%	
Skill, Card e Casinò Games	-	242	2.348	3.146	8.418	13.933		
Totale raccolta lorda	41.425	47.555	54.402	60.984	79.597	86.669	15,9%	

La tabella seguente mostra l'andamento della spesa netta (ovvero la raccolta lorda al netto delle vincite) per i diversi comparti. Per raccolta netta si intende l'ammontare reale immesso nel circuito del gioco, ovvero la spesa effettivamente sostenuta dagli Italiani per i giochi.

Analizzando l'andamento della spesa netta nel periodo di riferimento emergono alcune considerazioni:

- è tre volte inferiore rispetto alla raccolta complessiva. Ciò mostra che il mercato è stato trainato da un costante incremento del valore del pay out (ovvero delle vincite);
- il peso della spesa netta passa dal 31,8% nel 2007 al 18,8% nel 2012 grazie al forte incremento del pay out;
- il peso decisamente basso della spesa del pubblico per giochi come Skill, Card e Casinò Games che a fronte di una raccolta di quasi 14 miliardi nel 2012 presentano una spesa di 508 milioni, pari al 3,5% del totale.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	CAGR 2007/2012	*
Lotterie	6.357	6.962	7.545	6.889	6.987	5.968	-1,3%	
Scommesse e CPS ¹	1.580	1.736	1.535	1.408	1.274	1.012	-8,5%	
Adi (Slot e VLT)	4.518	5.421	6.381	7.754	8.723	8.750	14,1%	
Bingo	736	687	454	586	555	486	-8,0%	
Skill, Card e Casinò Games	-	29	283	380	434	508		
Totale raccolta netta	13.192	14.835	16.197	17.017	17.973	16.723	4,9%	

* Dati in milioni di euro

Mercato dei giochi 2012 basato su stime Sisal market intelligence (28/01/2013 update)

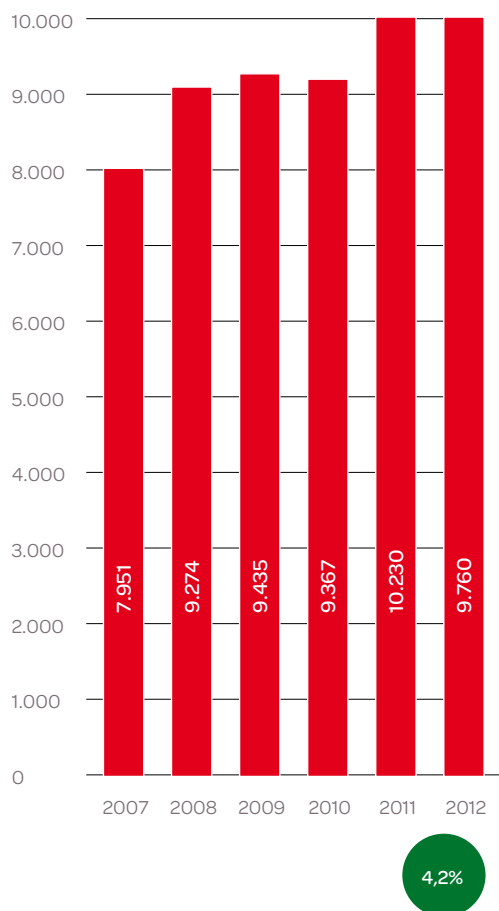
¹ CPS - Concorsi a pronostico su base sportiva

L'analisi dei Segmenti – Raccolta Lorda

Lotterie

Il segmento Lotterie presenta un tasso di crescita modesto nell'arco temporale di riferimento, con un CAGR complessivo del 2%. Nel 2012 l'andamento della raccolta del segmento riflette la contrazione dei consumi da parte degli Italiani. In particolare, i prodotti GNTN (SuperEnalotto, Vinci per la vita – Win for Life, SiVinceTutto ed EuroJackpot), la cui gestione è affidata in concessione alla Società Sisal S.p.A., presentano un CAGR in diminuzione di circa l'1,7%, anche a causa di un livello di pay out significativamente inferiore alla media del mercato.

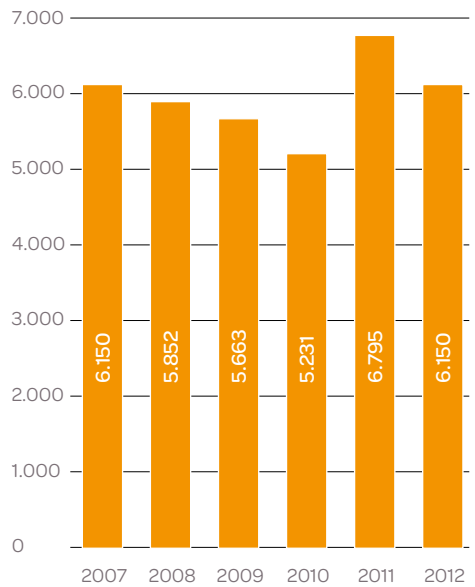
Gratta e Vinci



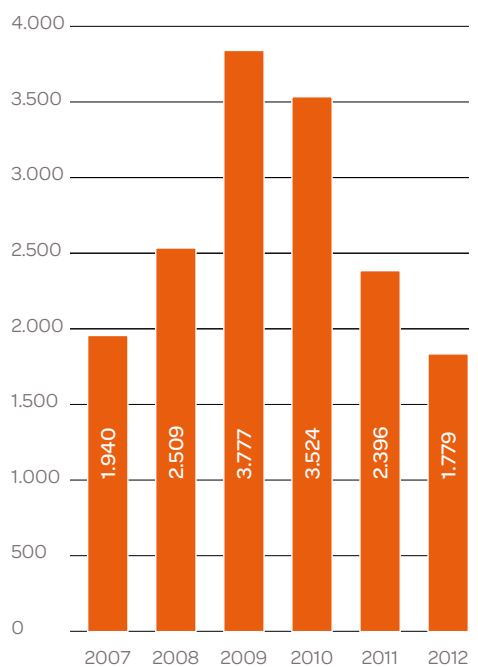
Dati in milioni di euro ● CAGR 2007 - 2012

Mercato dei giochi 2012 basato su stime Sisal market intelligence (28/01/2013 update)

Lotto



GNTN

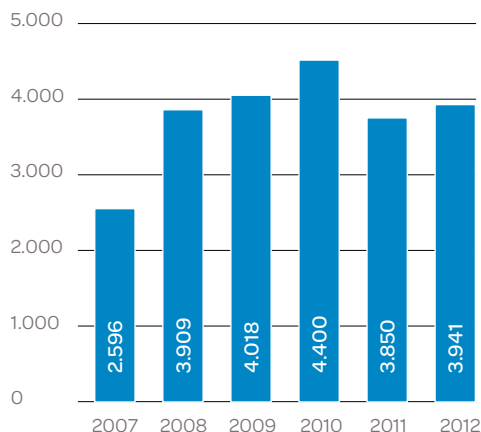


Scommesse

Il comparto Scommesse evidenzia una crescita significativa delle scommesse sportive che, nel periodo 2007-2012, sono cresciute dell'8,7% raggiungendo nel 2012 una raccolta di quasi 4 miliardi di euro, anche grazie al lancio delle scommesse live e a un continuo ampliamento dell'offerta di gioco.

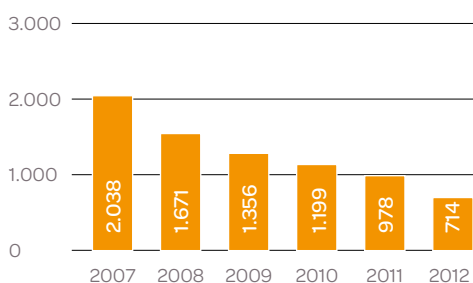
Il segmento Ippico e il tradizionale settore del Totocalcio (qui citato come CPS: concorsi a pronostico su base sportiva) scontano invece una crisi di mercato che dura da diversi anni, registrando forti decrescite nel periodo di riferimento.

Scommesse Sportive



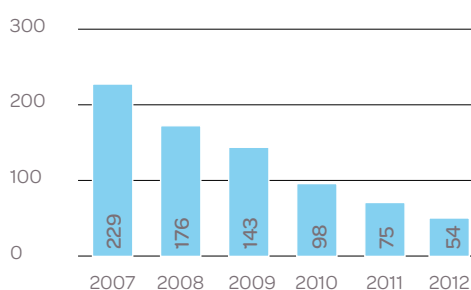
8,7%

Scommesse Ippiche



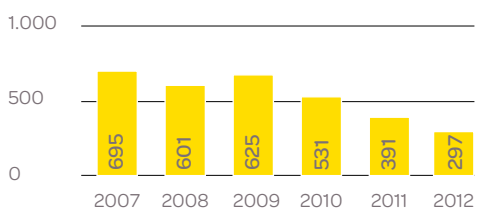
-18,9%

Concorsi a pronostico su base sportiva (CPS)



-25%

Tris e Assimilate



-15,6%

Dati in milioni di euro ● CAGR 2007 - 2012

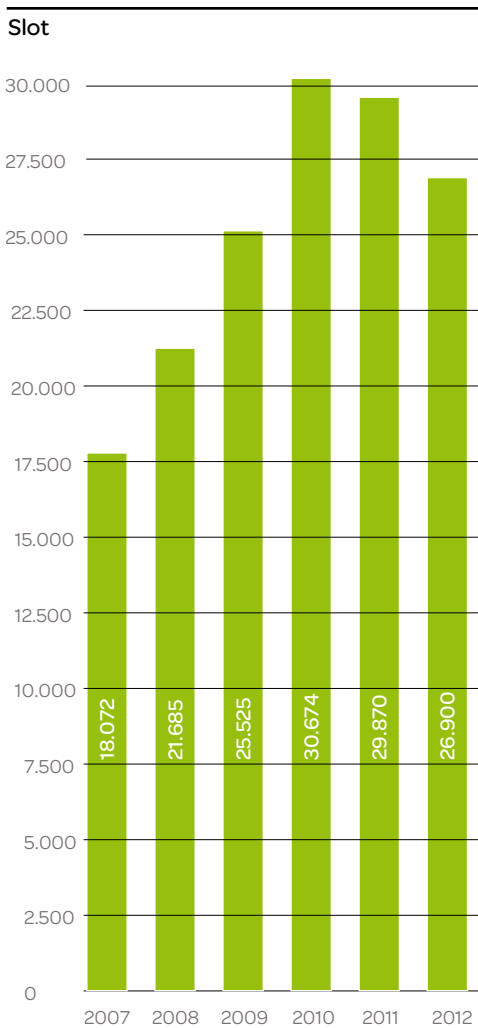
Mercato dei giochi 2012 basato su stime Sisal market intelligence (28/01/2013 update)

Adi (Slot e VLT)

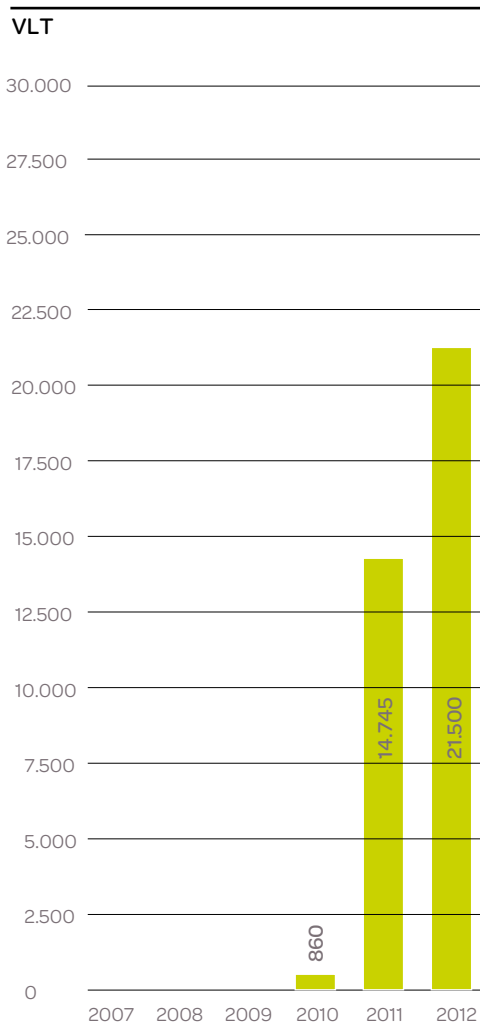
Il comparto Adi rappresenta, a fine 2012, il 56% circa dell'intero mercato dei giochi in Italia.

La raccolta complessiva lorda di questo settore è stata di 48,4 miliardi di euro con un CAGR del 21,8% negli ultimi sei anni. Le Slot hanno avuto un CAGR dell'8,3%. Le VLT, nel 2012, hanno raggiunto i 21,5 miliardi di euro diventando di fatto il secondo prodotto del mercato.

È importante sottolineare che l'andamento della raccolta lorda ottenuta dalle Adi nel 2012 è stata guidata dalle VLT, che oggi rappresentano la migliore offerta di giochi del segmento sia in termini di gradimento da parte dei Giocatori, sia in termini di ritorno in vincite (90% VLT vs 75% Slot).



8,3%



Dati in milioni di euro ● CAGR 2007 - 2012

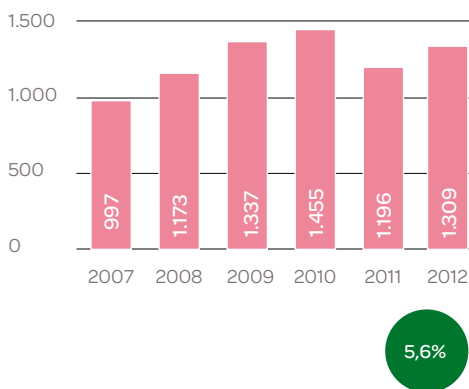
Mercato dei giochi 2012 basato su stime Sisal market intelligence (28/01/2013 update)

Mercato online

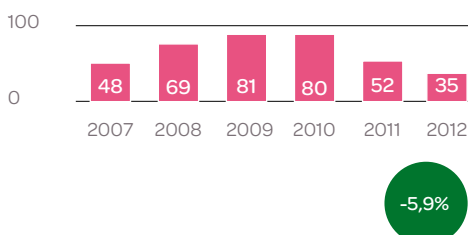
Il comparto del gioco online mostra l'incremento più alto del mercato dei giochi con un CAGR del 71,3%. La crescita è trainata dal segmento Skill, Card e Casinò Games che ha raggiunto una raccolta lorda di quasi 14 miliardi nel 2012, rappresentando il 90,3% della raccolta totale del segmento. Il successo è riconducibile ad alcuni fattori, come il pay out elevato (superiore in media al 95%) e il frequente lancio di nuovi prodotti quali il poker a torneo, introdotto nel 2008, Poker Cash e Casinò nel 2011 e le Slot online nel dicembre 2012. Queste offerte hanno consentito a una forte percentuale di Consumatori, che giocavano illegalmente su siti esteri, di scegliere il gioco legale e regolamentato sui siti ".it".

Nel 2012 la crescita del segmento Scommesse è stata trainata dall'introduzione delle scommesse live, che trovano nella modalità online un format ideale, e dal lancio delle nuove applicazioni per smartphone che ne aumentano la fruibilità.

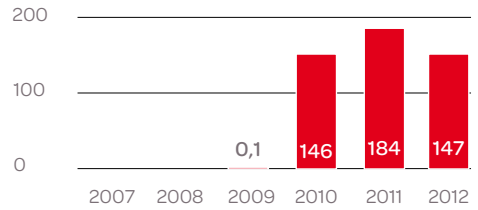
Scommesse e CPS online



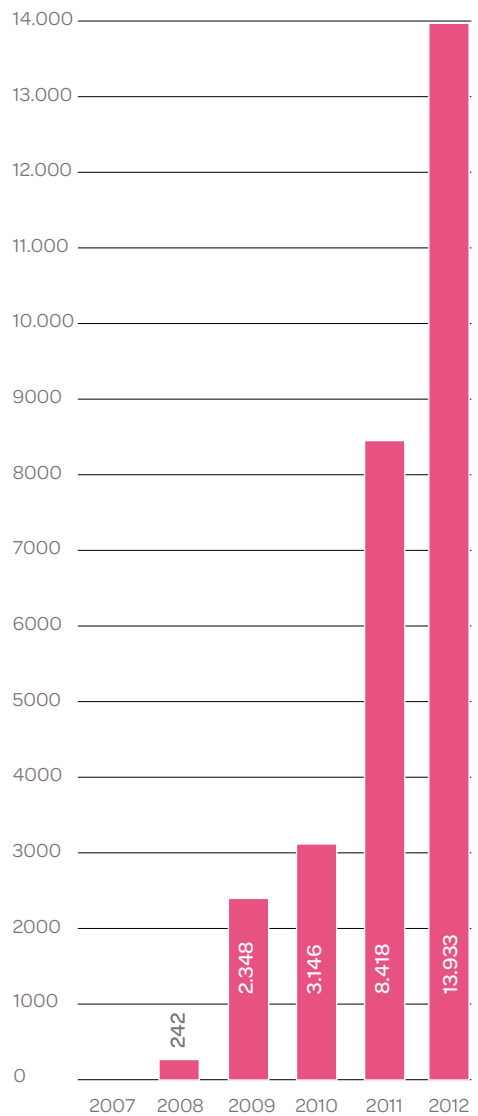
Lotterie online



Bingo online



Skill, Card e Casinò Games



Dati in milioni di euro



CAGR 2007 - 2012

CAGR 2008 - 2012

Mercato dei giochi 2012 basato su stime Sisal market intelligence (28/01/2013 update)

Va sottolineato che, come evidenziato da recenti studi (Osservatorio del Politecnico di Milano), la raccolta netta nell'online, pari a 750 mil/anno, è sostanzialmente stabile (+ 2% circa) e la crescita significativa della raccolta lorda è dovuta all'elevato valore complessivo delle vincite, derivato da pay out alti.

Mercato dei Servizi di pagamento

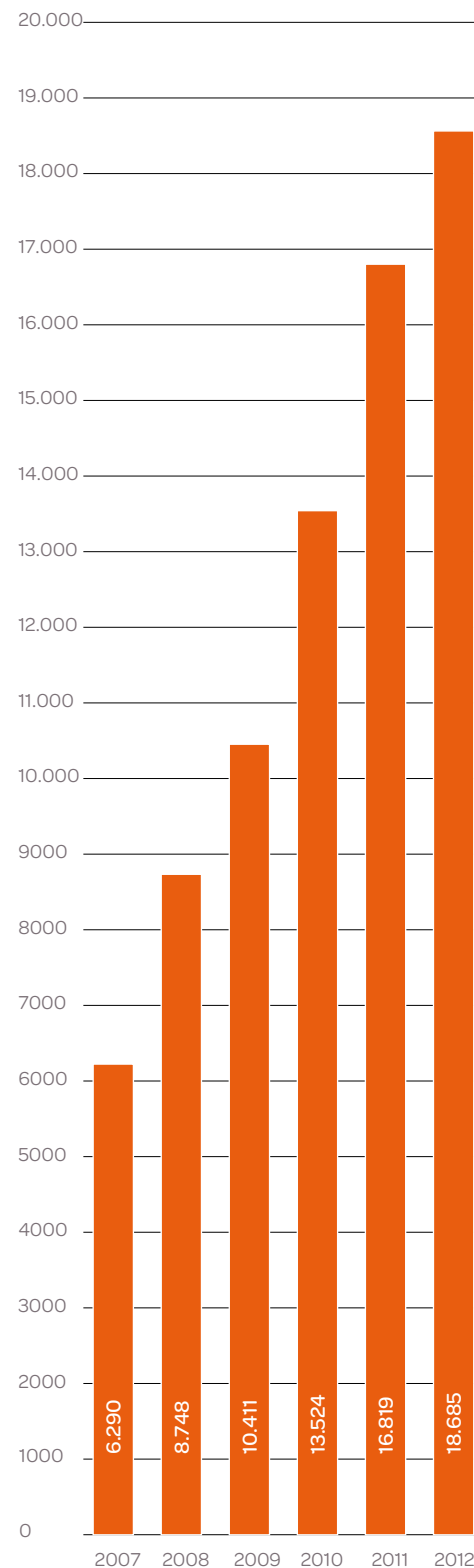
Il mercato dei Servizi di pagamento è cresciuto ulteriormente nel 2012 raggiungendo quasi 19 miliardi di euro di raccolta.

Questa crescita è dovuta alla sempre maggiore preferenza accordata dai Consumatori al canale di prossimità caratterizzato da vicinanza, velocità, praticità e sicurezza. Inoltre, l'offerta di servizi è in costante aumento e la Rete Distributiva si è evoluta fino a rappresentare una valida alternativa ai canali tradizionali di pagamento (quali Poste e Banche).

Analizzando i diversi segmenti del mercato dei Servizi, è evidente la sempre maggiore importanza acquisita dal comparto dei pagamenti di bollette e bollettini, che nel 2012 raggiunge quasi i 10 miliardi di euro di raccolta con un CAGR del 53,9%, tanto da essere diventato il primo comparto. Il segmento delle ricariche, invece, sembra aver raggiunto la sua maturità con oltre 6 miliardi di euro di raccolta e un CAGR del 5,5%.

Altro comparto in evidenza è quello delle carte prepagate che presenta il CAGR più elevato (97,3%), sebbene in termini di volumi si attesti a 2,2 miliardi di euro di raccolta.

Totale mercato dei Servizi



Dati in milioni di euro ● CAGR 2007 - 2012

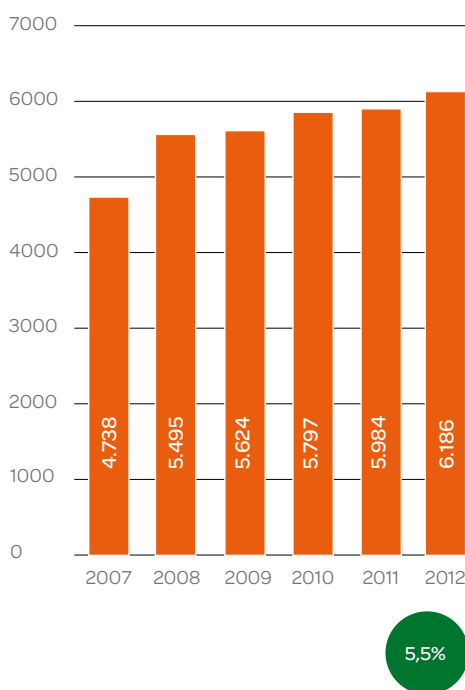
24,3%

Fonte : Osservatorio Servizi di Pagamento – Busacca&Associati

Il trend del mercato dei Servizi tra il 2007 e il 2012 sottolinea il cambiamento del comportamento di acquisto dei Consumatori a livello nazionale. Se nel 2007 gli Italiani spendevano il 75% dei 6 miliardi di euro di raccolta per effettuare ricariche telefoniche, oggi solo il 33% della spesa totale viene destinato a questo uso.

Contemporaneamente i pagamenti di bollette e bollettini sono passati dal 19% del 2007 al 53% del 2012 diventando, come già sottolineato, il primo segmento nel mercato dei Servizi di pagamento.

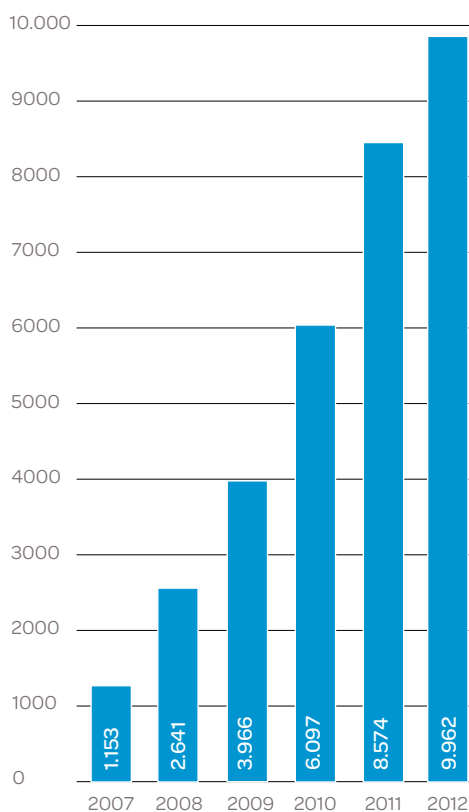
Ricariche e Carte



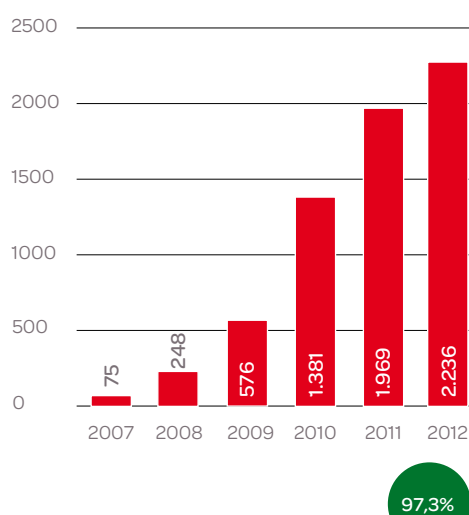
Dati in milioni di euro ● CAGR 2007 - 2012

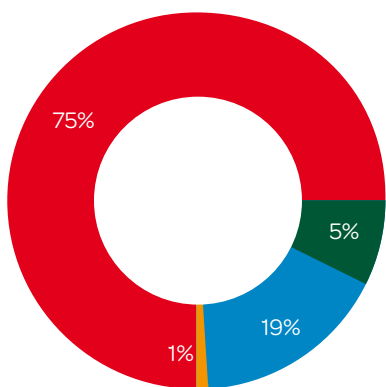
Fonte : Osservatorio Servizi di Pagamento – Busacca&Associati

Pagamenti

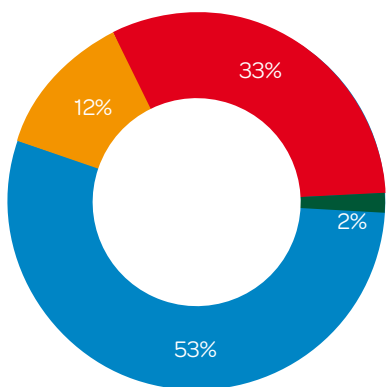


Carte prepagate





2007



2012



Fonte: Osservatorio Servizi di Pagamento – Busacca&Associati



A hand holding a pen is visible on the left side of the image, set against a light green background. A large, bold red number '2.' is positioned in the upper center. Below it, the text 'IL MODELLO DI GOVERNANCE' is written in white, bold, uppercase letters.

2.

**IL MODELLO
DI GOVERNANCE**



Il Gruppo Sisal rivolge da sempre estrema attenzione ai principi di Corporate Governance con l'obiettivo di garantire, anche per la particolare natura dell'attività svolta, il rispetto dei valori di integrità, trasparenza e responsabilità.

Il sistema di Corporate Governance sviluppato nel corso degli anni si è dimostrato coerente nel soddisfare tale esigenza, seguendone e anche anticipandone l'evoluzione.

I principi e il sistema della Corporate Governance di Sisal

Il sistema di Corporate Governance di Sisal adotta il modello tradizionale di governo e controllo, con un Consiglio di Amministrazione e un Collegio Sindacale, ed è mutuato dal Codice di Autodisciplina delle società italiane quotate.

Il sistema si fonda sul controllo e la gestione dei rischi, sulle regole del Codice Etico e di Comportamento e su una gestione operativa fortemente orientata alla Qualità. L'attenzione ai principi della Responsabilità Sociale di Impresa ha imposto anche un presidio e un sistema di Governance interno specificamente dedicato alla Sostenibilità.

Gli Organi di Governo e Controllo

Il Consiglio di Amministrazione

L'attuale organizzazione dell'attività di amministrazione di Sisal S.p.A. ha cura di temperare 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)



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, Coordinatore
Andrea Castellani
Alfredo Spizzico

(*) Dal 26 marzo 2013 tali organi sono stati istituiti in Sisal Holding Istituto di Pagamento S.p.A. (SHIP S.p.A.) e svolgono la loro attività per tutte le Società del Gruppo.

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 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 generali, ne valuta l'adeguatezza e ne verifica l'effettivo e corretto funzionamento.

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

A tale proposito, il Comitato per il Controllo interno si è riunito nel corso del 2012 in tre occasioni, coinvolgendo nelle riunioni anche i membri del Collegio Sindacale, dell'Organismo di Vigilanza, della Funzione Internal Audit e Gestione Rischi, della società di revisione e di manager appartenenti a diverse aree aziendali. Il Comitato Rischi nel 2012 si è incontrato in due occasioni.

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 suo obiettivo è l'identificazione, la valutazione e la gestione dei rischi aziendali, al fine di accrescere le capacità del Gruppo 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 sono stati nominati tutti i soggetti ritenuti utili al rafforzamento dei presidi dei rischi aziendali, tra cui il Comitato Rischi.

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

Comitato Sicurezza

È stato altresì istituito nella Capogruppo un Comitato Sicurezza con l'obiettivo di salvaguardare il patrimonio informativo del Gruppo da accessi e modifiche non autorizzati, garantendone la disponibilità nei tempi definiti e la consistenza nel tempo. Tale Comitato identifica le linee guida, approva il piano strategico e il piano operativo di sicurezza e definisce il Rapporto di Sicurezza.

CSO – Chief Security Officer

La complessità e peculiarità del business nel quale Sisal opera, le nuove normative e i processi di certificazione richiedono livelli di sicurezza e di qualità sempre più elevati. Per questo, a partire dal marzo 2013, è attiva una nuova direzione aziendale che ha il compito di coordinare tutte le funzioni che si occupano delle tematiche di sicurezza. Il CSO – Chief Security Officer – ha la responsabilità di coordinare le funzioni di Sicurezza Informatica, Sicurezza Fisica, Tutela della Privacy, Sistema Gestione Qualità. Il CSO ha anche assunto la responsabilità della funzione anticiclaggio per le Società del Gruppo e della segnalazione di operazioni sospette.

Il Modello Organizzativo ex D.Lgs. 231/01

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

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

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

- Codice Etico e di Comportamento
- 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, in modo da non essere subordinato ad alcuna funzione aziendale.

A garanzia dell'autonomia e dell'indipendenza dell'O.d.V., i membri sono scelti tra 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, rivolto 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 2012 sono stati organizzati incontri individuali con ventidue 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 Modello Organizzativo, oltre al Codice Etico e di Comportamento, è stato aggiornato nel primo trimestre 2013 al fine di recepire le novità normative emanate nell'ultimo trimestre 2012.

Il Codice Etico e di Comportamento

Sisal svolge la propria 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 del proprio operato. Tutte le aree di attività, di business e non, e le geografie in cui Sisal opera sono soggette alle regole e ai principi 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, osservanza 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 e devono inoltre rispettare regole e procedure aziendali attenendosi 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 tra 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 aziendali: la dedizione e la professionalità dei Dipendenti sono valori determinanti per il conseguimento degli obiettivi della Società. Sisal adotta infatti 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, 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.

Con l'aggiornamento del Codice nel 2010, il Consiglio di Amministrazione 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 equilibrati. 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 dati attinenti a negoziazioni, operazioni finanziarie e commerciali e competenze tecniche, 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 è particolarmente attenta a instaurare rapporti di fiducia con i propri Fornitori e subcontraenti, verificando che mantengano gli standard etici richiesti, e al contempo 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 comunque devono sempre essere autorizzate dal 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 con 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 Etico e di Comportamento delle Società di Sisal è pubblicato sul sito www.sisal.com e nell'intranet aziendale WeSisal 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 d'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 un sistema di gestione aziendale in continua evoluzione ed espansione e a certificare, secondo la Norma UNI EN ISO 9001:2008, tre Società del Gruppo.

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 Entertainment 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
- retail innovation e gestione dei 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, Stakeholder dell'Azienda.

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 ed è fortemente orientata al miglioramento continuo delle performance e alla soddisfazione di tutti i portatori di interesse della Società. I dieci anni di certificazione e i continui ampliamenti del perimetro certificativo testimoniano e garantiscono questo impegno costante.

Il Gruppo Sisal si pone inoltre l'obiettivo di raggiungere la certificazione ISO 27001 e integrare il Sistema Sicurezza al Sistema Qualità per un più ampio obiettivo di Governance aziendale.

La Governance della Sostenibilità di Sisal

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

Leadership Team

Approva le linee strategiche dell'attività di Responsabilità Sociale e di Gioco Responsabile e valuta il raggiungimento degli obiettivi. Il Team si riunisce semestralmente.

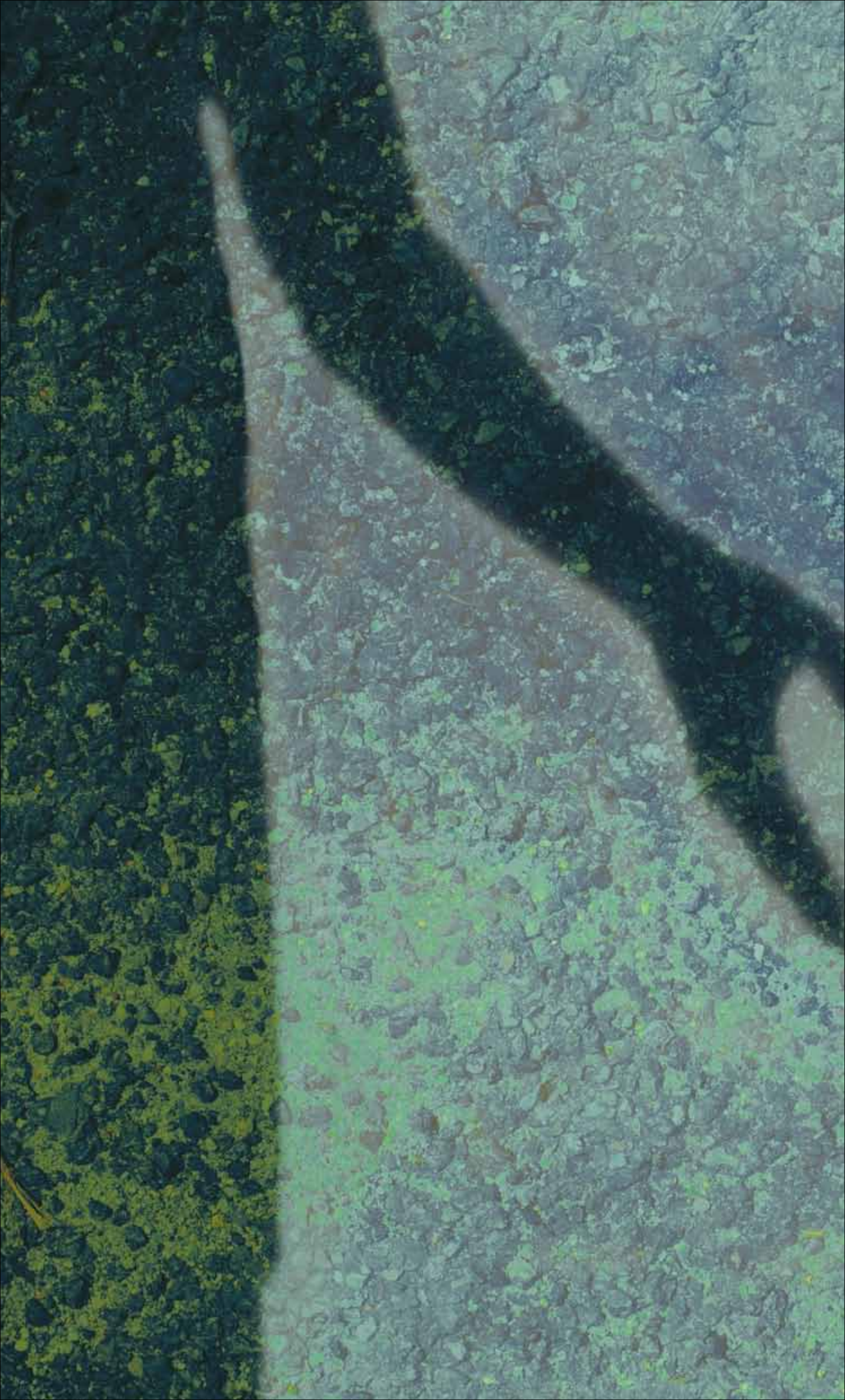
Comitato Esecutivo CSR

Costituito da alcuni Direttori appartenenti al Leadership Team e coordinato dal Direttore Marketing e Comunicazione, propone la strategia di Corporate Social Responsibility e indirizza le attività di Responsabilità Sociale del Gruppo. Il Comitato Esecutivo CSR si riunisce trimestralmente.

CSR Team

Team di lavoro multifunzionale dedicato allo sviluppo dei progetti di CSR quali il Gioco Responsabile e le certificazioni EL/WLA, lo sviluppo della metodologia di Stakeholder Engagement, il reporting e la redazione del Rapporto Sociale, nonché la realizzazione del Piano d'Azione che concretizza gli obiettivi che coinvolgono gli Stakeholder di Sisal. Il CSR Team si riunisce mensilmente in base alle esigenze dei progetti.

Il coordinamento è garantito dalla Funzione CSR, unità organizzativa dedicata full time alle tematiche della Responsabilità Sociale e, in particolare, al Gioco Responsabile e alle certificazioni EL/WLA, allo sviluppo della metodologia di Stakeholder Engagement e alla redazione del Rapporto Sociale.



An aerial photograph of a forest with a path and a shadow. The path is a light-colored, sandy or gravelly trail that winds through the green trees. A large, dark shadow, likely from a person or a large object, is cast across the path and the surrounding forest floor. The overall scene is captured from a high angle, looking down on the terrain.

3.

**LA SOSTENIBILITÀ
SOCIALE**

3.

La Sostenibilità declinata in ogni attività di Sisal è oggi parte integrante del business della Società ed è un punto centrale della Mission e dei Valori dell'Azienda. L'attenzione e l'ascolto di tutti i portatori di interesse hanno permesso a Sisal di avviare un Programma di Sostenibilità Sociale che vede nei Consumatori, nei propri Collaboratori e nella Comunità di riferimento i principali destinatari.

I Consumatori: il Programma di Gioco Responsabile

La relazione con i propri Consumatori, improntata sui valori di fiducia, competenza, correttezza e trasparenza, ha permesso lo sviluppo di un Programma di Gioco Sicuro e Responsabile finalizzato a garantire un modello di gioco consapevole ed equilibrato, incentrato sull'intrattenimento, sul divieto di gioco ai minori e sulla prevenzione dei fenomeni di gioco problematico, a tutela delle fasce più vulnerabili di Consumatori.

Sisal opera nel mercato dei giochi in qualità di Concessionario dello Stato e collabora con le Istituzioni per garantire un modello di Gioco Responsabile, sicuro e legale.

La tutela del Consumatore coinvolge tutte le fasi del gioco: dalla sua ideazione fino alle attività di marketing e promozione del prodotto. Inoltre, quando il gioco viene distribuito sul mercato, l'attenzione dell'Azienda si traduce in formazione e assistenza ai Ricevitori e ai Giocatori in tema di Gioco Responsabile e nell'implementazione di specifiche misure di sicurezza.

Obiettivo prioritario di tutte le aree aziendali è la costante adozione di misure di protezione innovative e sempre più efficaci al fine di tutelare i Giocatori e minimizzare i rischi per gli stessi.

In tema di comunicazione commerciale Sisal ha sviluppato, in collaborazione con altre Istituzioni ed Enti, le Linee Guida di Autodisciplina Pubblicitaria di settore che hanno l'obiettivo di garantire messaggi commerciali che tutelino i Consumatori e rispettino la sensibilità sociale. Per realizzare questi obiettivi, nel 2012 Sisal ha attuato e ampliato il Piano strategico avviato nel 2011 che si basa su tre principali aree di intervento, sviluppate in collaborazione e in dialogo costante con i propri Stakeholder. Le aree di intervento sono:

- iniziative per garantire il divieto assoluto di gioco ai minori e la tutela degli stessi;
- prevenzione delle forme di gioco in eccesso e supporto tramite l'Help Desk ai Giocatori problematici, in collaborazione con Istituti specializzati e riconosciuti su scala nazionale
- comunicazione responsabile, orientata alla promozione di un modello di Gioco Responsabile, con l'obiettivo di fornire informazioni corrette, veritiere e trasparenti ai destinatari dei messaggi, consentendo ai Giocatori di compiere scelte consapevoli basate sulle normali regole di prudenza e di responsabilità nell'utilizzo dei prodotti.

Sisal ritiene inoltre che sia fondamentale sottoporre il proprio Programma di Gioco Responsabile alla valutazione di Enti terzi accreditati. 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, nel febbraio 2011, ha ottenuto, tra i primi operatori europei, l'importante riconoscimento della certificazione per il rispetto dei Responsible Gaming Standards in tema di Gioco Responsabile. La certificazione è stata confermata anche nel 2012.



Sempre nel 2012 l'Azienda ha ottenuto 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. Tale impegno è risultato in conformità con quanto previsto dagli elevati standard corrispondenti al massimo livello di certificazione (4°) del Responsible Gaming Framework della WLA, confermando così la posizione di Sisal tra le aziende leader nel Gioco Responsabile nel contesto internazionale.

La rendicontazione delle attività di Gioco Responsabile declinate su ciascuna area aziendale

In questa sezione viene rendicontato l'impegno di Sisal in materia di Gioco Responsabile sulla base degli obiettivi definiti nel 2011, delle attività effettuate nel 2012 e degli impegni assunti per il 2013 e nel lungo periodo. Si tratta di attività in relazione alle quali Sisal adotta e applica le best practice identificate a livello mondiale.

1. Studi e Ricerche

L'impegno di Sisal è volto a promuovere studi e ricerche sulla prevenzione e identificazione di forme di gioco in eccesso, favorire la diffusione dei risultati ottenuti e adottare misure protettive a favore dei Consumatori.

In linea con le indicazioni di AAMS, Sisal, insieme ad altre associazioni e aziende di settore, ha promosso nel 2010 il progetto di ricerca triennale "Giocare per Gioco" focalizzato su Gioco Responsabile e Comunicazione.

Progetto di ricerca "Giocare per Gioco"

Nell'agosto del 2012, in occasione del "Meeting per l'amicizia fra i popoli" di Rimini, è stato organizzato il convegno "Gioco: responsabilità e comunicazione" durante il quale sono stati presentati i risultati della seconda fase del progetto di ricerca "Giocare per Gioco".

La ricerca, di durata triennale, è stata commissionata dalle Associazioni Acadi (Associazione Apparecchi da Intrattenimento) e Giochi e Società, oltre che da Sisal e Lottomatica, ed è stata impostata e sviluppata anche in base alle indicazioni di 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 Centro per lo studio della moda e della produzione culturale (Moda-Cult), si pone l'obiettivo di monitorare la percezione, le tendenze e la valutazione sociale del gioco pubblico da parte del mondo giovanile.

La ricerca, avviata nel dicembre del 2010, ha prodotto nel 2011 risultati su tre temi di grande rilevanza:

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

Il secondo anno di ricerca si è focalizzato su due categorie: i giovani tra i 18 e i 27 anni e i professionisti.

I giovani e il blog “Gioco Responsabile”

Le opinioni e gli atteggiamenti nei confronti del gioco sono stati il focus della rilevazione effettuata tramite il blog “Gioco Responsabile”, una piattaforma interattiva che ha coinvolto oltre ottanta giovani di età compresa tra i 18 e i 27 anni. I partecipanti hanno espresso le loro idee rispetto alle motivazioni che stimolano i giovani al gioco individuandone tre principali fattori: la pubblicità, la possibilità di accedere ai giochi offline e online e il contesto socio-economico. I giovani, reticenti nel definirsi univocamente come giocatori, tanto da sottolineare la complessità e l'ambivalenza delle motivazioni del gioco, nella discussione sul blog si sono confrontati sul ruolo dello Stato e degli Operatori di settore. È emersa unanime la richiesta che Stato e Operatori concordino politiche responsabili in materia di comunicazione trasparente, ponendo particolare attenzione al Consumatore-Cittadino.

Un altro tema sottolineato con forza è stato quello delle politiche educative nei confronti dei minori. L'adolescenza viene indicata come l'età in cui si ricerca il rischio e il proibito e, pertanto, costituisce un terreno fertile per pratiche di gioco scorrette. A ciò si aggiunge il fatto che il divieto di gioco ai minori non è generalmente noto ai giovani. Un efficace contrasto al gioco minorile e alle ludopatie necessita quindi, secondo i ragazzi intervistati, di un approccio integrato tra famiglia, scuola e Stato.

Se alla famiglia viene attribuito il compito di sensibilizzare i minori sui rischi del gioco, ai docenti della scuola dell'obbligo devono essere forniti strumenti per promuovere percorsi educativi mirati. Emerge quindi la richiesta di una maggiore presenza dello Stato come Regolatore e tutore attraverso norme più stringenti e l'assistenza psicologica ai ludopatici.

I giovani si sono inoltre confrontati sul tema della comunicazione pubblicitaria e del gioco online. Secondo gli intervistati è necessario rendere più efficace e più frequente la comunicazione responsabile relativa al gioco. Per quanto riguarda il gioco online, coloro che non hanno esperienza diretta di gioco a distanza percepiscono il settore come non regolato né controllato, mentre i giovani che giocano online affermano che si tratta invece di un ambiente sufficientemente controllato.

Il blog dei professionisti

Una piattaforma interattiva ad hoc è stata utilizzata anche per rilevare le opinioni sul gioco di un panel di venti professionisti selezionati in base a criteri di genere, età e professione.

Il blog dedicato ai professionisti ha permesso di rilevare non solo le loro opinioni rispetto al gioco, ma anche le loro previsioni sull'evoluzione del settore. I professionisti hanno sottolineato due aspetti chiave: il primo, di tipo economico-istituzionale, è relativo alla necessità, per la delicatezza del settore, della presenza congiunta di Stato e Operatori; il secondo, di tipo etico, riguarda l'attenzione nei confronti della comunicazione del gioco che ha il dovere di

distinguere tra messaggi veritieri e messaggi ambigui e non limitarsi a descrivere cos'è e come dovrebbe essere il gioco.

I professionisti chiedono, in modo molto più marcato dei giovani, attività di formazione che coinvolgano gli adulti: proteggere i minori significa anzitutto formare adulti che li tutelino, e questo può avvenire solo attraverso una doppia azione di formazione e prevenzione sui rischi del gioco rivolta a famiglie, insegnanti ed educatori.

Questo progetto di ricerca ha fornito indicazioni per lo sviluppo di una comunicazione responsabile più efficace. A questo proposito, Giancarlo Rovati, Professore Ordinario di Sociologia Generale presso l'Università Cattolica di Milano, ha commentato:

“L'osservazione diretta di ciò che accade nei punti vendita del gioco-scommessa permette di completare il percorso circolare che lega l'offerta dei singoli prodotti, la comunicazione responsabile, le effettive modalità di consumo, mettendo a confronto gli orientamenti di ordine generale (dello Stato, dei Concessionari, dei Consumatori potenziali ed effettivi), che identificano la dimensione macro-sociale, con le pratiche puntiformi dei Gestori e dei Consumatori, che identificano la dimensione micro-sociale. Sotto il profilo della comunicazione, l'analisi etnografica permette di verificare il peso assegnato dai Gestori all'invito istituzionale al Gioco Responsabile e l'influsso esercitato dai micro contesti sociali sull'instaurarsi di comportamenti responsabili piuttosto che di comportamenti compulsivi. Un ulteriore contributo alla trasparenza e alla riflessione etico-sociale”.

I Partner di Sisal per la Ricerca “Giocare per Gioco”

La **Fondazione per la Sussidiarietà** si è costituita nel 2002 per iniziativa di Giorgio Vittadini 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 un forte valore di centralità alla Persona, 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.

➤ **Impegni 2013 ➤ La ricerca prosegue nel 2013 con una rilevazione di tipo etnografica diretta a esplorare in particolare il comportamento dei giovani e delle donne all'interno dei punti vendita dedicati al gioco**

- **Sostegno alla Ricerca di sistema “Il fenomeno del gambling – I giocatori e l’evoluzione nel contesto italiano”, in collaborazione con l’Università La Sapienza di Roma, IPSOS e Lottomatica, con l’obiettivo di indagare percezioni e cognizioni dei Giocatori sulla diffusione del fenomeno, sui servizi di supporto e sulle iniziative di sensibilizzazione**

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

In conformità agli European Responsible Gaming Standards della European Lotteries 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 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 per 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 (durata, vincite massime, cadenza delle estrazioni, etc.) e i suoi elementi (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.

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

Nel 2012 tutti i Giochi Numerici a Totalizzatore Nazionale (GNTN) di Sisal hanno avuto una valutazione positiva: nessuno di essi è risultato ad alto rischio per il Giocatore.

- **Impegni 2013 ➤ Estensione dello strumento GAM-GaRD all’intero portafoglio dei giochi Sisal**

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 utilizza GAM-GaRD, lo strumento sviluppato da GamRes per la valutazione preventiva del rischio associato ai giochi, e continua a collaborare con la società canadese per la certificazione del grado di rischio.

3. Meccanismi di prevenzione, autosospensione e monitoraggio nei giochi a distanza

Il Gruppo Sisal offre ai propri Giocatori l'opportunità di giocare online attraverso i portali e le applicazioni digitali dell'Azienda utilizzando le tecnologie più avanzate per garantire modalità di gioco sicure, responsabili e legali.

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

Se chi prova a registrarsi non è un Cittadino italiano maggiorenne e in possesso di un codice fiscale valido, il sistema Sisal rigetta automaticamente la richiesta.

Per completare la registrazione e permettere a Sisal la verifica dei dati immessi è richiesto l'invio della copia di un documento d'identità del soggetto che ne ha compilato il modulo. Il mancato invio, entro trenta giorni, del documento d'identità comporta la sospensione automatica del conto di gioco e l'impossibilità di prelevare le somme presenti sul conto stesso.

Per quanto riguarda i giochi a distanza, Sisal ha elaborato, all'interno di un più ampio progetto di Responsabilità Sociale, il Programma "Gioca il Giusto" in sintonia con AAMS e con le sue politiche di Gioco Legale e Responsabile, adottando fin da subito i livelli più severi in tema di autolimitazione.



All'interno dei siti di gioco sono previsti strumenti e misure di autolimitazione della spesa mensile e auto-esclusione (temporanea o permanente) che permettono al Giocatore di definire il proprio profilo di gioco preventivamente per poter giocare consapevolmente ed entro i propri limiti.

Alcuni estratti tratti dalla sezione "Gioca il Giusto" del sito Sisal.it

4. La Comunicazione Responsabile

Negli ultimi anni agli Operatori storici e già consolidati si sono aggiunti, soprattutto nel segmento del gioco online, nuovi Player che sono diventati ben presto protagonisti attivi. A causa del numero crescente degli Operatori si è quindi verificato un generale aumento degli investimenti destinati alla comunicazione commerciale che ha originato messaggi pubblicitari con caratteristiche e obiettivi eterogenei.

È dunque sorta la necessità di definire una disciplina univoca che delineasse vincoli e limiti volti ad agevolare e guidare gli Operatori nello sviluppo di campagne e messaggi di comunicazione efficaci per raggiungere obiettivi di business, ma anche esemplari in termini di comportamento responsabile.

Sisal, che già nel 2010 si era dotata di precise Linee Guida per lo sviluppo di campagne di comunicazione commerciale, è divenuta promotrice di un Codice di Autodisciplina di settore nell'ambito di Sistema Gioco Italia.

Il percorso intrapreso, che ha visto il coinvolgimento delle Istituzioni e dei più importanti Operatori del settore, ha portato all'identificazione del "Codice e principi di autodisciplina della comunicazione in materia di giochi con vincita in denaro" della Federazione Sistema Gioco Italia, approvato nel giugno 2012, e all'inserimento dell'articolo 28ter nel Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale da parte dell'Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria (IAP), in vigore dal settembre 2012.

A questi si è poi aggiunto, a partire dal 1° gennaio 2013, il D.Lgs. 13 settembre 2012 n. 158 (c.d. "Decreto Balduzzi") contenente una serie di nuove disposizioni normative in materia di gioco. In ottemperanza a queste normative, l'Azienda ha quindi rinnovato le proprie Linee Guida e la propria policy aziendale stabilendo l'adozione delle varie disposizioni all'interno delle comunicazioni commerciali di tutte le aree e funzioni aziendali.

- **Impegni 2013** ➤ **Promozione di regole di settore che assicurino un mercato a beneficio e a tutela del Consumatore**
- **Monitoraggio interno delle comunicazioni e pareri preventivi IAP (Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria)**
- **Sviluppo di una specifica campagna di sensibilizzazione sul tema del Gioco Responsabile**

5. Formazione del Personale

Per Sisal l'impegno nella comunicazione e nella formazione sulle tematiche di Gioco Responsabile è prioritario. L'inizio del 2012 ha visto il lancio della piattaforma formativa online sulla CSR (Corporate Social Responsibility) destinata a tutti i Collaboratori. La formazione è stata suddivisa in quattro moduli (1. Corporate Social Responsibility: definizione e scelta aziendale strategica; 2. L'impegno di Sisal: gli obiettivi e i progetti; 3. La tutela del Giocatore: il Gioco Responsabile e il gioco problematico; 4. Il Rapporto Sociale), ognuno dei quali si conclude con un test di valutazione.

Nel giugno 2012 si è svolto anche l'aggiornamento formativo del Personale addetto al Contact Center dedicato ai Giocatori di Sisal. I due incontri, condotti dal CSR Manager e da alcuni clini-

ci dell'Istituto di Psichiatria del Fatebenefratelli di Milano, dopo l'illustrazione del Programma di CSR e degli impegni di Gioco Responsabile, si sono focalizzati soprattutto sulle forme di gioco in eccesso e sui fattori di rischio, prestando particolare attenzione all'età adolescenziale, al ruolo dell'informazione e alla prevenzione della ludopatia.

Nel luglio 2012 si è tenuto l'incontro con la Forza Vendita Sisal, durante il quale il Direttore Marketing e Comunicazione ha illustrato la strategia di Responsabilità Sociale del Gruppo e il Programma di Gioco Responsabile, sottolineando il ruolo rilevante della Forza Vendita nel divieto di gioco ai minori così come l'importanza di esporre i materiali di Gioco Responsabile e di segnalare eventuali infrazioni ai responsabili di riferimento attraverso il canale di comunicazione attivo con la CSR Unit (giocailgiusto@sisal.it).

Tra la fine del 2012 e l'inizio del 2013 è stato sviluppato l'aggiornamento dei contenuti del portale dei Ricevitori sul tema della Responsabilità Sociale con particolare focus sul Gioco Responsabile. Oltre all'aggiornamento del modulo formativo base, obbligatorio per tutti i nuovi Ricevitori, è stato istituito un corso integrativo per i punti vendita già attivi. Entrambi i moduli formativi saranno lanciati nel corso del 2013.

Per tutti i Collaboratori Sisal è stata inoltre arricchita l'intranet aziendale WeSisal sui temi di Responsabilità Sociale e Gioco Responsabile.

- > Impegni 2013 > Completamento della formazione alla Rete e corsi dedicati per le agenzie Match Point e le sale Wincity**
- > Aggiornamento formativo di dirigenti e quadri attraverso incontri mirati e in modalità online per tutti i Collaboratori**
- > Aggiornamento formativo del Personale del Contact Center**
- > Formazione sulla comunicazione commerciale per Collaboratori e Partner**
- > Individuazione e sviluppo di nuove modalità di comunicazione dei contenuti fondamentali di Responsabilità Sociale**

6. Programma di coinvolgimento della Rete Distributiva

Sisal opera in dialogo costante con la propria Rete e ritiene che il punto vendita sia un canale strategico per la sensibilizzazione e la diffusione di comportamenti di gioco corretti in virtù del contatto diretto con il Giocatore. Per questo l'Azienda considera prioritario il coinvolgimento dei Ricevitori che avviene attraverso una piattaforma di formazione sviluppata sul portale a loro dedicato, l'elaborazione e la realizzazione di una campagna informativa apposita con focus sul divieto di gioco ai minori e sugli strumenti di attuazione di tale divieto. I moduli formativi obbligatori per i nuovi Ricevitori e gli approfondimenti facoltativi in tema di Gioco Responsabile offrono consigli pratici per identificare e fornire supporto ai Giocatori e alla Comunità di riferimento.

La Rete Sisal, inoltre, viene costantemente coinvolta e aggiornata sui temi e le iniziative di Gioco Responsabile anche attraverso la pubblicazione del periodico "Mondo Sisal" e il portale dei Ricevitori.

- > **Impegni 2013** > **Raccolta dei feedback in merito alle sessioni formative e al video per il Giocatore con i concetti chiave di Gioco Responsabile e di divieto di gioco ai minori**
- > **Ideazione di nuovi materiali destinati ai Ricevitori**
- > **Potenziamento dei canali di comunicazione e informazione quali "Mondo Sisal", il portale dei Ricevitori e SisalTV**

7. Educazione e sensibilizzazione del Giocatore: gioco equilibrato e tutela dei minori

Ogni Concessionario dello Stato ha il dovere di evitare che il gioco si trasformi in eccesso. Per questo, oltre che per la sua radicata etica professionale, Sisal, in accordo con AAMS, offre al Giocatore un gioco legale e sicuro informandolo con totale trasparenza sul Gioco Responsabile e sulla prevenzione della dipendenza da gioco.

L'Azienda è consapevole dell'importanza di sensibilizzare i propri Giocatori sui temi di Gioco Responsabile: il messaggio "Gioca il Giusto" è presente in maniera chiara ed evidente su tutti i materiali distribuiti nelle ricevitorie della propria Rete e in tutti i siti internet del Gruppo. Sisal ha inoltre messo a disposizione in tutte le ricevitorie il "Decalogo del Giocatore", che aiuta i Giocatori ad approcciare il gioco in modo equilibrato.





**IL GIOCO È BELLO
QUANDO GIOCHI IL GIUSTO**

IL DECALOGO DEL GIOCATORE RESPONSABILE

<p>1. Il gioco per me è un divertimento: il gioco non è un modo per fare soldi.</p> <p>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.</p> <p>3. Non faccio debiti per giocare: se perdo accetto la perdita come un costo del divertimento. Non aggiungo altri soldi per recuperare le perdite.</p> <p>4. Le tattiche sono inutili, non posso prevedere i risultati e sono consapevole che le probabilità di vincere sono basse.</p> <p>5. Non mento sulle perdite e sulle somme spese per il gioco.</p>	<p>6. Decido quanto tempo della mia giornata dedicare al gioco e riesco facilmente a fermarmi o fare delle pause.</p> <p>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.</p> <p>8. Non gioco dopo aver assunto alcool o droghe.</p> <p>9. Non gioco quando mi sento solo, non gioco quando mi sento depresso e non mi sento depresso se non gioco.</p> <p>10. Non penso al gioco in modo ripetitivo per tutta la giornata, anche se non sto giocando.</p>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

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.



"Decalogo del Giocatore"

Un ulteriore strumento a tutela dei Giocatori è il test di autovalutazione “Che giocatore sei?”, disponibile nella sezione “Gioca il Giusto” di tutti i siti web di Sisal e in tutte le sale Wincity, che permette ai Giocatori di verificare il proprio approccio al gioco.

Il “Decalogo del Giocatore” e il test “Che giocatore sei?” sono stati elaborati con il supporto dell’Istituto di Psichiatria dell’Ospedale Fatebenefratelli di Milano.

GIUCA IL GIUSTO

Questionario di valutazione del giocatore

N.	Domanda	Si	No
1	Ti diverti ancora a giocare?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2	Giochi per guadagnare?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3	Ti capita di giocare denaro necessario alla vita quotidiana?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4	Utilizzi solo somme che puoi permetterti di perdere?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5	Ti è mai capitato di fare debiti per giocare?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6	Sacrifichi del tempo per familiari, amici, sport, hobby per giocare?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7	Planifichi prima di giocare quanti soldi investire nel gioco?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8	Mentre giochi riesci facilmente a fermarti o a fare delle pause?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9	Ti capita di superare il budget che avevi previsto?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10	Ti capita di aggiungere altri soldi per recuperare le perdite?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11	Ti capita di superare il tempo che avevi deciso di dedicare al gioco?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12	Hai altri hobby oltre al gioco?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13	Ti è mai capitato di aver giocato dopo aver assunto alcool o droghe?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
14	A volte hai giocato mentre ti sentivi solo o giù di corda?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15	Pensi che le tattiche di gioco siano inutili e che le probabilità di vittoria siano basse?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
16	Ti è mai capitato di pensare alla morte dopo aver perso al gioco?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
17	I tuoi familiari sanno che giochi e quanto giochi?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
18	Menti agli altri sulle somme spese per il gioco e sulle perdite?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
19	Ti è mai capitato di sentirti depresso perché non giocavi?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
20	Ti capita di pensare al gioco in modo ripetitivo per tutta la giornata anche se non stai giocando?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

eD9m7 Copia il codice di sicurezza nello spazio qui accanto:

Invia

Test di autovalutazione “Che giocatore sei?”

> Impegni 2013 > Inserimento sui materiali di gioco e di allestimento del punto vendita, nonché nelle comunicazioni rivolte al Consumatore, di formule che riportino:

- esplicitazione del divieto di gioco ai minori
- avvertimento sui rischi di dipendenza
- probabilità di vincita per categoria
- contatti dei servizi di supporto al Giocatore

Focus sulla tutela dei minori

Uno degli obiettivi prioritari del Programma di Gioco Responsabile di Sisal, con riferimento a tutte le aree di attività sopra elencate, è il divieto di gioco e la tutela dei minori che l'Azienda declina a più livelli:

a. 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 e Partner 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 di vendita, in caso di dubbi sull'età del cliente, devono richiedere un documento d'identità.

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.

b. 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.

- c. Il Contratto per punto vendita fisico dei Giochi Numerici a Totalizzatore Nazionale (GNTN)** prevede per il Ricevitore (art. 21) un vincolo specifico al 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.

- d. Materiali di gioco:** indicazione della frase "Il gioco è vietato ai minori" su tutti i materiali di gioco e su tutte le campagne pubblicitarie di Sisal.
- e. 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 sul divieto di gioco ai minori prevede anche l'invio della copia del documento di identità con verifica dell'età da parte di Sisal.
- f. Comunicazione Commerciale:** 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 una propria policy in tema di comunicazione commerciale.
- g. La policy di comunicazione commerciale e le Linee Guida interne** di Sisal hanno contribuito alla definizione delle Linee Guida del Settore Gioco adottate nel 2012 dai principali Operatori sia in tema di contenuto della pubblicità che di posizionamento rispetto ai mezzi. Tra le linee guida più rilevanti c'è l'impegno assunto da Sisal nelle proprie comunicazioni commerciali, ossia quello di evitare di rivolgersi o fare riferimento, anche indiretto, ai minori di 18 anni, al fine di eliminare il rischio di uso e abuso da parte di minorenni.

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) e dalle disposizioni del Decreto Balduzzi - d.l. n. 158/2012 (convertito in Legge n. 189/2012).

* Codice Etico approvato dal Consiglio di Amministrazione il 30 marzo 2010, art. 4.10 (pag. 9)

8. Assistenza al Giocatore

Nel 2012 Sisal ha rafforzato il proprio sostegno concreto verso i potenziali Giocatori problematici sviluppando le seguenti attività:

“Un aiuto sincero”

Gli operatori del Contact Center di Sisal dedicato ai Giocatori vengono periodicamente formati e aggiornati sui temi di Gioco Responsabile. In particolare, gli interventi annuali di clinici esperti formano il personale sul fenomeno del G.A.P. (gioco d'azzardo patologico) e forniscono linee guida e strumenti di approccio a potenziali Giocatori problematici. Attraverso il proprio Personale Sisal offre quindi un Help Desk, aperto 24 ore su 24, chiamato “Un aiuto sincero”, in grado di prestare un servizio di prima assistenza e indirizzamento sui temi di Gioco Responsabile. Lo stesso servizio è disponibile anche attraverso la casella di posta giocailgiusto@sisal.it, gestita dai membri della CSR Unit.

Nella sezione “Gioca il Giusto” di tutti i siti web 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.

“L'esperto risponde”

Dal 2010 al 2012 l'Azienda si è impegnata a supportare un servizio esterno specializzato nell'assistenza a soggetti con difficoltà legate agli eccessi di gioco, avvalendosi della competenza del Dipartimento di Psichiatria diretto dal Professor Claudio Mencacci dell'Ospedale Fatebenefratelli di Milano.

Il servizio di supporto clinico “L'esperto risponde”, gestito dagli specialisti dell'Istituto, ha fornito in questi ultimi tre anni un'assistenza diretta al Giocatore attraverso un numero gratuito e un indirizzo mail dedicati.

➤ **Impegni 2013 ➤ Promuovere la conoscenza dei fattori di rischio e fornire gli strumenti di supporto ai Giocatori problematici attraverso il servizio “Gioca Responsabile” a cura di FeDerSerD (Federazione Italiana degli Operatori dei Dipartimenti e dei Servizi delle Dipendenze), in collaborazione con Lottomatica**

Il servizio “Gioca Responsabile”

La scelta di un servizio congiunto nasce dalla necessità di garantire un supporto a tutti i Giocatori, indipendentemente dal tipo di gioco praticato.

Gli obiettivi che il servizio “Gioca Responsabile” si prefigge sono:

- promuovere la conoscenza dei fattori di rischio e fornire gli strumenti per evitarli;
- fornire strumenti di cura anche a chi non si rivolge ai servizi sul Territorio;
- sostenere familiari e amici dei Giocatori nel trovare risposte e soluzioni ai loro problemi;
- offrire, con competenza professionale, sostegno, consulenza (psicologica e legale) e cura alle persone in difficoltà per motivi di gioco eccessivo;
- orientare nella ricerca di servizi socio-sanitari e assistenziali ad hoc.

Il servizio, avviato agli inizi del 2013, è gestito da un team di professionisti costituito da psicologi, psicoterapeuti, psichiatri e avvocati ed è raggiungibile da telefono fisso e cellulare al numero verde gratuito 800.921.121 (da lunedì a sabato, dalle ore 9.00 alle ore 22.00) e 24 ore su 24 sul portale web www.giocaresponsabile.it.

FeDerSerD

FeDerSerD è la Federazione che riunisce i professionisti dei Dipartimenti delle Dipendenze ed è attiva nell'ambito di interventi di ricerca, prevenzione, cura, riabilitazione, formazione nel settore delle dipendenze patologiche e dei consumi problematici. Vanta 1.300 iscritti: professionisti dei Dipartimenti delle Dipendenze e dei SER.T (medici, psicologi, infermieri, assistenti sociali, educatori) e organizzazioni del privato accreditato. Conta una presenza capillare, con i propri tesserati, in tutti i SER.T. del Servizio Sanitario Nazionale.

In particolare, FeDerSerD:

- promuove ricerche e progetti in ambito clinico, sociale, preventivo;
- cura la formazione e lo scambio di conoscenze ed esperienze tra professionisti;
- è attiva sui temi culturali e sociali delle dipendenze e dei consumi problematici con la rivista "Mission", il bollettino "Informaserd", la Gambling Newsletter e numerose iniziative editoriali (consultabili sul sito www.federserd.it).

Il Dialogo con i Consumatori attraverso la Rete

La comunicazione

Il punto vendita Sisal è in contatto con i Consumatori in modo completo e multimediale. L'Azienda supporta l'attività dei Ricevitori tramite materiali di info-learning, pubblicitari e promozionali, oltre a SisalTV e ai media di videocomunicazione in-store (televisori e sistemi di comunicazione digitale).

Circa la metà della Rete di ricevitorie Sisal è dotata di terminali di ultima generazione corredati da un monitor Customer Display (Cudi). Su questi monitor vengono trasmessi video informativi e promozionali sui prodotti e gli spot di Mr. GIG, lanciati nel dicembre 2010, interamente costruiti sul concetto di "Gioca il Giusto".

Le vignette e gli sketch ludici di Mr. GIG promuovono un messaggio di gioco moderato, consapevole ed equilibrato. Nel corso del 2012 questi spot hanno avuto 64 passaggi al giorno, dalle ore 7.00 alle ore 23.00.

I materiali

I materiali di gioco, che costituiscono il principale strumento di contatto tra Sisal e i Giocatori, sono stati pensati per comunicare con efficacia sia le caratteristiche e le regole dei giochi, sia le eventuali fonti di approfondimento dei meccanismi degli stessi. Per Si-VinceTutto SuperEnalotto e i GNTN più recenti – le tre versioni di Vinci per la vita - Win for Life (Viva l'Italia, Grattacieli e Cassaforte) 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 tra divertimento e responsabilità;
- 18+, che sottolinea che tutti i giochi sono riservati ai maggiorenni.

A partire da gennaio 2013, in ottemperanza al “Decreto Balduzzi”, su tutti i materiali di gioco e su quelli di allestimento del punto vendita si sono aggiunte nuove comunicazioni rivolte al Giocatore:

- inserimento del logo 18+ accompagnato dalla frase “Il gioco è vietato ai minori”;
- esplicitazione del logo “Gioca il Giusto” corredato dalla frase “Giocare può causare dipendenza patologica”.

Queste indicazioni sono presenti anche su tutte le ricevute di gioco dei prodotti. Le schede di tutti i giochi, non solo quelli recenti, riportano, inoltre, le indicazioni della probabilità di vincita per categoria. Laddove, per ragioni di spazio, non sia possibile inserire la tabella si rimanda al sito web informativo e al sito web di AAMS.

SisalTV

Sisal mette a disposizione dei propri Consumatori SisalTV, la business TV dell’Azienda nata nel luglio 1996. SisalTV è stata pensata per veicolare le due differenti tipologie di offerta dell’Azienda: i giochi e i servizi di pagamento. SisalTV si rivolge infatti 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 e si rivolge 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 tra Giocatori (45%) e Consumatori (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.

SisalTV comunica i risultati delle estrazioni di ciascun prodotto Sisal – tra cui SuperEnalotto, SiVinceTutto SuperEnalotto, EuroJackpot e, da febbraio 2012, anche i risultati delle estrazioni di Vinci per la vita - Win for Life – ogni cinque minuti.

Il Contact Center – Servizio Giocatori

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

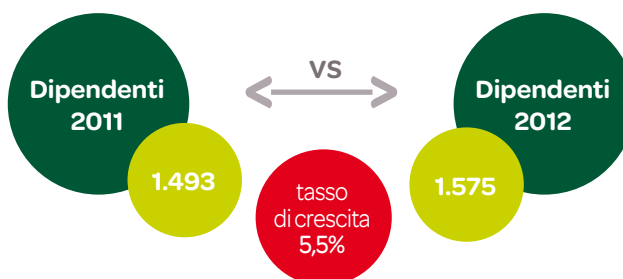
- informazioni sulle diverse proposte di giochi
- informazioni sul Gioco Responsabile
- assistenza tecnica su applicazioni e client di gioco
- assistenza e informazioni sul conto di gioco

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

Le Persone in Sisal

La Sostenibilità Sociale di Sisal si concretizza anche nell'attenzione verso tutti i Collaboratori che contribuiscono quotidianamente alla creazione di Valore per l'Azienda. Il Valore per Sisal non è solo la capacità di generare business e profitto, ma anche l'apporto di una dimensione intangibile che nasce dalla valorizzazione delle qualità personali e professionali di ogni Collaboratore.

Nel 2012 il Gruppo Sisal ha confermato il forte trend di crescita dei livelli occupazionali ed è passato da 1.493 Dipendenti nel 2011 a 1.575 nel 2012, con una crescita del 5,5%. La crescita è dovuta essenzialmente all'incremento del business di tutta l'area Retail (Match Point e Wincity) e dei Digital Games and Services nonché all'investimento sulle nuove professionalità. Molti giovani, entrati in Sisal con un contratto di stage o di collaborazione, hanno visto confermata in modo stabile la loro presenza in Azienda.



Età

Fascia 20-30	25%
Fascia 30-40	42%
Fascia 40-50	21%
Fascia 50-60	11%
Over 60	1%

Tasso di turnover 2012	7,23%
-------------------------------	-------

Sesso

Donne	694	44%
Uomini	881	56%

Anzianità aziendale

meno di 1 anno	5,20%
tra 1 e 3 anni	30,31%
tra 4 e 8 anni	36,38%
tra 9 e 15 anni	16,06%
tra 16 e 25 anni	7,12%
tra 26 e 35 anni	4,93%

Qualifica

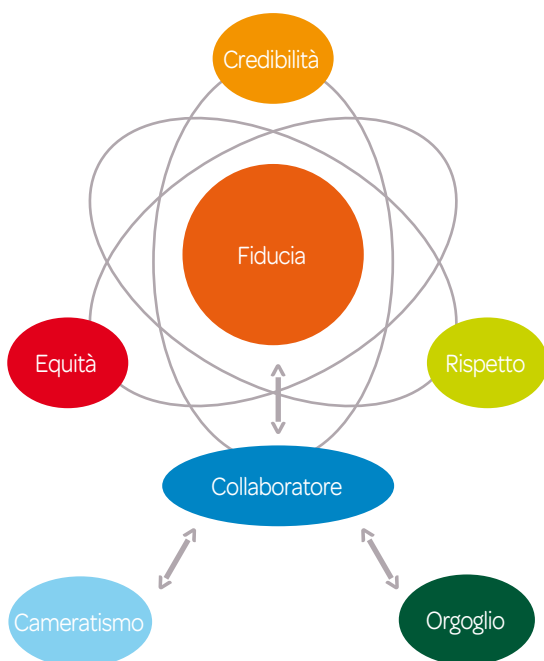
Dirigenti	44
Quadri	113
Impiegati 1° livello	121
Altri	1.297

Il Clima aziendale

Nel 2012 il Top Management di Sisal ha deciso di intraprendere un percorso di "change management" articolato su diverse iniziative con l'obiettivo iniziale di fotografare lo stato dell'organizzazione, intesa come insieme di Persone che lavorano in sinergia per raggiungere i risultati di business, e successivamente di costruire un vero e proprio piano di cambiamento culturale.

All'inizio del percorso Sisal ha commissionato una prima "Analisi di Clima", condotta dal Great Place to Work Institute Italia, volta a conoscere in maniera strutturata il vissuto dei Collaboratori, a definire le aree di miglioramento e le conseguenti azioni da intraprendere, nonché a rendere la comunicazione interna più efficace e trasparente.

Per Sisal il primo successo del sondaggio è stata la percentuale di risposta dei Dipendenti (82%) che hanno testimoniato la volontà di essere parte della crescita e dello sviluppo dell'Azienda contribuendo in modo attivo al processo di cambiamento iniziato nel 2012 e che sarà sviluppato nel corso del 2013.



Dal dicembre 2012 sono stati organizzati workshop strutturati con l'obiettivo di approfondire i risultati emersi dall'indagine e definire le azioni da intraprendere con le Persone coinvolte.

Modello dell'analisi condotta dal
Great Place to Work Institute Italia

Definizione di nuovi Valori aziendali

Sisal ha voluto investire nella ridefinizione di un sistema di Valori aziendali allineato rispetto alle nuove sfide e in grado di rispondere a una necessità di rinnovamento culturale.

Il "Progetto Valori", iniziato nel gennaio 2012 per volontà del Top Management di Sisal, ha previsto, dopo un benchmark delle principali Carte dei Valori aziendali in Italia, la distribuzione a tutti i Dipendenti di un questionario a risposta chiusa pubblicato nella intranet aziendale. Il sondaggio ha permesso di identificare i Valori che meglio caratterizzano la realtà aziendale di Sisal.

Successivamente sono stati realizzati, coinvolgendo un campione rappresentativo di Dipendenti, sei focus group e diverse interviste one to one per rilevare i Valori attesi ai quali Sisal si deve ispirare per avere successo come organizzazione e per diventare un luogo di lavoro ec-

cellente. Questo processo ha dato vita, nel febbraio 2013, alla nuova Carta dei Valori Sisal che, allineando la strategia del Gruppo ai comportamenti attesi, esprime l'identità dell'Azienda.

La Carta dei Valori Sisal

- > **Giochiamo di squadra**
Ognuno di noi dà il massimo per vincere insieme
- > **Abbiamo cura e rispetto dei nostri Consumatori**
La soddisfazione e la fiducia dei Consumatori sono il nostro premio più ricco
- > **Crediamo nelle Persone e nella loro diversità**
Il valore delle Persone e la ricchezza della loro diversità sono la nostra combinazione vincente
- > **Siamo responsabili ed eccellenti**
La Sostenibilità e il rispetto delle regole sono per noi l'ambiente dove raggiungere l'eccellenza
- > **Innoviamo per crescere**
Puntiamo su innovazione e sviluppo. Un Gruppo che crede nella ricerca investe sul suo futuro

WiSe – Women in Sisal Experience: un progetto dedicato alla diversità di genere

Nel percorso di cambiamento culturale di Sisal improntato all'eccellenza e alla qualità, la diversità diventa un asset importante. Nel 2012 è nato e si è sviluppato il Progetto WiSe dedicato alla diversità di genere. Questo progetto nasce con tre obiettivi principali:



- promuovere una sensibilità culturale nei confronti dei team misti costituiti da uomini e donne, portatori di valore aggiunto compensativo in quanto eterogenei tra loro;
- riconoscere, supportare e sviluppare il talento femminile in un'ottica di sviluppo personale e di profittabilità aziendale;
- favorire il superamento degli ostacoli interni ed esterni all'Azienda nei confronti della carriera della donna.

Sono stati condotti sei focus group formati dal Personale interno all'Azienda e quindici interviste one to one al management aziendale per analizzare le opinioni diffuse sulla diversità di genere. Sono stati inoltre realizzati laboratori di formazione misti per sensibilizzare i Dipendenti Sisal sul tema e promuovere una maggiore consapevolezza rispetto agli stereotipi che ostacolano la valorizzazione della diversità nei team misti sia all'interno sia all'esterno della realtà aziendale.

I principali temi emersi sono stati: l'importanza del networking femminile, la necessità di redigere un codice di comportamento basato anche sulla diversità di genere, l'ottimizzazione del rapporto tra vita professionale e privata, l'attenzione al benessere del Dipendente. Per dare concretezza a questo progetto è stato creato un WiSe Team trasversale, composto da uomini e donne, con l'obiettivo di definire, supportare e implementare i tavoli di lavoro dedicati alla promozione e diffusione del valore della diversità di genere.

Il benessere aziendale

Nel novembre 2012 si sono tenute due importanti convention aziendali sul tema della prevenzione del tumore al seno, organizzate insieme a Europa Donna, un movimento che promuove i diritti delle donne nella prevenzione e cura del tumore al seno sia nell'ambito della società civile sia nella comunità scientifica.



A Roma e a Milano sono state organizzate due giornate aperte a tutte le donne Sisal incentrate sulla prevenzione: a queste convention hanno partecipato esperti specializzati in oncologia e testimonials.

Sisal, in accordo con le Organizzazioni Sindacali, ha inoltre avviato un percorso di Welfare aziendale che affronta diverse tematiche legate al benessere individuale nell'ambiente di lavoro, come la flessibilità dell'orario, e sviluppa progetti di home working, iniziative di supporto e coaching per risolvere situazioni di disagio.

Lo sviluppo delle carriere

Nel corso del 2012 Sisal ha introdotto nuovi sistemi di misurazione delle competenze in un'ottica di crescita e di sviluppo delle proprie Persone.

Un esempio tra tutti è il Fast Assessment, una metodologia di assessment tramite web che consente di misurare le proprie competenze rispetto ad alcune situazioni organizzative proposte. Per raggiungere il successo in un mercato che richiede un costante aggiornamento delle proprie esperienze personali e professionali un'Azienda deve investire soprattutto nello sviluppo delle competenze, motore dell'economia.

Nel 2012 il Fast Assessment è stato realizzato per tutta la Forza Vendita del Gruppo (circa 180 Persone) con l'obiettivo di allineare la programmazione formativa alle reali necessità del team commerciale. Nel 2013 la formazione sarà calibrata rispetto alle nuove sfide di business. Lo strumento dell'Assessment ha permesso inoltre di favorire la crescita professionale di importanti figure di middle management.

I nostri eventi

Cerco un nuovo amico

Per il secondo anno consecutivo Sisal, in occasione della Pasqua, ha organizzato un banchetto per la vendita di uova di cioccolato solidali, in collaborazione con l'Associazione Italiana Lotta al Neuroblastoma. Il ricavato è stato devoluto all'Associazione Italiana Lotta al Neuroblastoma che dal 1993 è impegnata a sostenere la ricerca scientifica finalizzata alla cura del Neuroblastoma e dei tumori pediatrici, con particolare attenzione ai tumori cerebrali, al fine di ampliare il panorama delle possibili terapie.

Near

Da due anni Sisal collabora con la Fondazione Near nella realizzazione di un temporary outlet all'interno dello spazio aziendale per promuovere un commercio "diverso", in grado di bilanciare le esigenze di "business" con le iniziative di Corporate Social Responsibility legate al Territorio. La Mission della Fondazione Near è il finanziamento di progetti sociali a beneficio delle Persone sul Territorio, in particolare bambini e ragazzi, negli ambiti della sanità, della famiglia e dell'educazione.

A Teatro con Sisal

Sisal e il Piccolo Teatro di Milano hanno inoltre messo a punto un programma articolato per offrire ai Dipendenti dell'Azienda l'opportunità di avvicinarsi al Teatro: da "Arlecchino" a "Slava's Snowshow", da Toni Servillo ad Angela Finocchiaro. I Dipendenti hanno potuto inoltre partecipare a incontri di presentazione ed eventi condotti, all'interno del Caffé Letterario del Chiostro Nina Vinchi, da protagonisti del cast e da operatori culturali.

La comunicazione interna

WeSisal, l'intranet aziendale, è il principale strumento di comunicazione interna e prevede il coinvolgimento attivo di tutti i Collaboratori Sisal. WeSisal è gestita da un team interfunzionale di 25 persone (WeSisal Editors), coordinato dalla Direzione Risorse Umane, che favorisce la costruzione condivisa dei contenuti lavorando in un'ottica di collaborazione e interazione. La comunicazione interna è al tempo stesso espressione e strumento di diffusione del cambiamento culturale in corso.

Sisal verso un Great Place to Work: le priorità per il 2013

Il 2013 sarà un anno di consolidamento e sviluppo delle iniziative nate nel 2012.

I principali progetti previsti sono:

- a. Survey Great Place to Work:** incontri di condivisione dei risultati dell'indagine e definizione delle azioni di miglioramento.
- b. Carta dei Valori Sisal:** diffusione della nuova Carta dei Valori Sisal a tutti i livelli dell'organizzazione per incoraggiare comportamenti coerenti. Un ruolo importante è rappresentato dalla comunicazione interna che promuoverà percorsi di sensibilizzazione e formazione.
- c. Progetto WiSe:** i principali tavoli di lavoro saranno dedicati al networking e alla definizione di una carta dei comportamenti che valorizzi la diversità di genere. L'obiettivo del networking è quello di creare nuovi modelli di leadership, incoraggiare la comunicazione, promuovere la consapevolezza delle donne, sostenere la loro crescita e consolidare la nuova cultura aziendale.
- d. Formazione manageriale:** un percorso strutturato di formazione e iniziative rivolte allo sviluppo personale e professionale del management dell'Azienda, nonché sessioni dedicate alla gestione del cambiamento, al coordinamento del team, alla comunicazione e alla leadership.
- e. Progetto Welfare:** è prevista la realizzazione di portali online per mettere a disposizione dei Collaboratori beni e servizi in un'ottica di miglioramento della qualità della vita, ottimizzazione del tempo e riduzione dei costi. Inoltre, verranno sviluppati piani di flessibilità dell'orario lavorativo.

La Comunità

L'attenzione dell'Azienda nei confronti della Comunità si spinge oltre il semplice dialogo e, dal 2009, si concretizza in progetti a favore del Territorio incentrati sui temi della formazione e del sostegno ai giovani, della ricerca scientifica, della cultura, dell'arte e dello sport.

Dal 2009 Sisal ha sviluppato un Piano d'intervento a favore della Comunità orientato principalmente al sostegno e alla realizzazione di iniziative che creino concrete opportunità di formazione e socializzazione per le giovani generazioni, con un'attenzione particolare al supporto dei giovani talenti. L'azione a favore della Comunità si esplicita inoltre in una serie di attività che rispondono a bisogni sociali attraverso il coinvolgimento attivo della Rete Distributiva e dei Dipendenti dell'Azienda.

Sisal ha deciso di realizzare le attività previste dal Piano d'intervento a favore della Comunità insieme a Partner altamente qualificati. Per la selezione dei Partner l'Azienda ha applicato criteri rigorosi che tengono conto del know-how consolidato negli specifici ambiti di intervento, dell'eccellenza riconosciuta al loro operato a livello nazionale e internazionale, nonché della tipologia dei progetti su cui si concretizza la partnership.

Le aree strategiche del Piano a sostegno della Comunità su cui l'Azienda ha concentrato i propri investimenti sono:

● **EDUCAZIONE E TALENTI**

Nuovi contesti, opportunità e modalità formative per lo sviluppo del talento.

● **ARTE E CULTURA**

Progetti, manifestazioni, eventi legati all'arte e alla cultura, considerati occasioni di crescita relazionale e aggregazione sociale positiva.

● **SPORT**

Attività, progetti, eventi che promuovono i valori positivi dello sport.

● **LA RETE SISAL PER LA RACCOLTA FONDI**

Raccolte fondi, realizzate grazie al coinvolgimento della Rete Sisal, a sostegno di progetti di ricerca scientifica e di interventi di contrasto alle emergenze sociali.

● **ALTRI CONTRIBUTI ALLA COMUNITÀ**

Iniziative di charity e progetti di cittadinanza attiva che promuovono il confronto e il dialogo tra tutte le realtà sociali attive sul Territorio.

EDUCAZIONE E TALENTI

Save the Children

Rinnovando una collaborazione attiva ormai da quattro anni, anche per il 2012 Sisal ha scelto di sostenere **Save the Children**, Organizzazione presente dal 1919 in oltre 120 Paesi nel mondo che ha contribuito a migliorare la vita di molti bambini e delle loro famiglie.

Il primo incontro tra Sisal e Save the Children risale all'emergenza del terremoto in Abruzzo. Dall'aprile 2009, l'Azienda ha continuato a sostenere i progetti dell'Organizzazione sia in Italia, contro la dispersione scolastica, sia nei Paesi in via di sviluppo, contro la mortalità materno-infantile.

Nell'ambito del contrasto al preoccupante fenomeno della dispersione scolastica, Sisal ha riconosciuto la competenza di Save the Children nell'identificare il problema, individuare le strategie per combatterlo e attuare un intervento sostenibile e replicabile in differenti zone dell'Italia a rischio.



I buoni risultati ottenuti con il progetto pilota **"In-Contro"** (Roma 2010-2011) hanno permesso di replicare l'intervento nell'anno scolastico 2011-2012 nel territorio di Napoli con il progetto **"W la Scuola"** e nel 2012-2013 nella città di Milano con il progetto **"A più voci contro la dispersione scolastica"**.

● Il progetto **"W la Scuola"**

Nell'anno scolastico 2011-2012 il progetto **"W la Scuola"** ha interessato due Municipi di Napoli dove il tasso di dispersione scolastica è particolarmente alto.

Il 6 giugno 2012 sono stati presentati i risultati del progetto "W la Scuola" presso Palazzo San Giacomo di Napoli: il progetto ha coinvolto 4.500 studenti e 100 docenti provenienti dal IX e II Municipio dove i tassi di dispersione sono del 12,5% e dell'11,2%.

Gli obiettivi fondamentali del progetto sono sostenere e migliorare l'apprendimento e il profitto scolastico dei ragazzi, stimolandone la motivazione e facilitandone la partecipazione attiva nella definizione delle cause del fenomeno della dispersione e nella proposta di soluzioni. Uno degli aspetti innovativi del progetto è l'approccio peer to peer che ha ottimizzato l'efficacia dell'intervento rendendo i ragazzi stessi protagonisti e promotori dell'importanza della scuola presso i loro coetanei.



Momento fondamentale delle attività di **"W la Scuola"** sono stati i laboratori che hanno coinvolto 800 ragazzi direttamente e 3.700 indirettamente attraverso i lavori prodotti dai loro compagni: 5 incontri, per un totale di 10 ore, dedicati alla conoscenza e all'approfondimento del tema della dispersione scolastica e orientati anche ad accrescere la

motivazione allo studio e l'autostima. Il risultato dei laboratori ha portato alla ideazione e realizzazione, con l'aiuto di un'esperta di comunicazione di Save the Children, della campagna di sensibilizzazione "Tagga la scuola nella tua vita" volta a prevenire la dispersione e l'abbandono scolastico. Per identificare il messaggio-chiave della campagna i bambini delle elementari hanno realizzato alcuni fumetti, i ragazzi delle scuole secondarie un poster e gli studenti delle scuole secondarie di secondo grado 40 video.

La campagna "Tagga la scuola nella tua vita" ha avuto il Patrocinio del Comune di Napoli che nel mese di giugno 2012 ha messo a disposizione circa 100 spazi pubblicitari per l'affissione dei poster. Nello stesso periodo, all'interno delle scuole, gli studenti hanno diffuso presso i propri compagni i video e gli altri materiali realizzati durante i laboratori, incentrati sull'importanza della frequenza scolastica.

Nell'ambito dello stesso progetto sono state inoltre condotte, grazie a educatori e volontari di Save the Children, alcune attività pomeridiane di sostegno allo studio a supporto di bambini e adolescenti con particolari difficoltà di apprendimento e con situazioni familiari e sociali problematiche.

All'interno delle scuole sono stati poi costituiti i "Consigli Consultivi" a cura di docenti e studenti: spazi di dialogo e confronto su possibili azioni per contrastare il rischio di dispersione scolastica e migliorare le attività di sostegno allo studio.

● Il progetto "A più voci contro la dispersione scolastica"

Nell'anno scolastico 2012-2013 Sisal sostiene il progetto "A più voci contro la dispersione scolastica" che coinvolge due scuole elementari e due scuole medie di Milano. Si tratta di un'ulteriore tappa del percorso che vede Sisal impegnata accanto a Save the Children nella sensibilizzazione nei confronti dell'istruzione in Italia.

Contrastare la dispersione scolastica nel Nord Italia significa anche agire sul tema dell'inclusione e dell'integrazione di studenti di origine straniera attraverso un approccio integrato che prevede il coinvolgimento diretto degli studenti nell'ambito degli istituti scolastici di appartenenza. L'obiettivo è quello di stimolare nei ragazzi un senso di appartenenza alla scuola, trasformandola in un luogo in cui le loro opinioni vengono ascoltate e in cui sono chiamati a esercitare attivamente il diritto di partecipazione alle decisioni che riguardano la loro vita scolastica.



Le principali attività in programma prevedono la realizzazione di:

Laboratori per ragazzi dedicati a temi quali la pedagogia dei diritti e la comunicazione tra pari.

Corsi di aggiornamento per docenti e personale scolastico con l'obiettivo di diffondere una maggiore conoscenza della legislatura in materia di immigrazione e diritto allo studio e promuovere nuove dinamiche scolastiche che prevedano l'applicazione del principio di partecipazione anche all'interno delle ore curricolari.

Attività di formazione per i genitori affinché imparino a sostenere positivamente le scelte e le carriere scolastiche dei propri figli.

Consigli Consultivi, ossia spazi di dialogo permanenti nelle scuole dedicati alla dispersione

scolastica, con l'obiettivo di raccogliere proposte e richieste di docenti, studenti e genitori.

Laboratori territoriali di sensibilizzazione con l'obiettivo di aprire la scuola al Territorio e promuovere la collaborazione tra le diverse agenzie educative (scuole, associazioni, servizi sociali).

I punti di forza del progetto sono:

- la partecipazione di tutti gli attori sociali coinvolti nel fenomeno della dispersione scolastica: studenti, insegnanti, genitori, operatori sociali e rappresentanti delle Istituzioni del Territorio;
- la collaborazione con UndeRadio, la radio di Save the Children dedicata alle tematiche dell'integrazione che promuove la partecipazione dei minori stranieri favorendo una migliore interazione tra gli studenti;
- la valorizzazione degli adolescenti coinvolti in tutte le fasi del progetto, dall'ideazione alla realizzazione;
- la creazione di reti tra le scuole per la diffusione di buone pratiche locali e tra la scuola e il Territorio per una sensibilizzazione diffusa;
- il monitoraggio del lavoro e delle proposte emerse dai Consigli Consultivi, previsto per l'anno scolastico 2013-2014. Questo permetterà di accogliere nei Piani di Offerta Formativa presentati dalle scuole le buone pratiche individuate con il contributo dei ragazzi.

ItaliaCamp Associazione

Dal 2011 Sisal sostiene **ItaliaCamp**, Associazione che ha l'obiettivo di contribuire attivamente allo sviluppo di una diversa coscienza partecipativa attraverso un nuovo modello di coinvolgimento, individuare e sostenere la formazione di nuove leadership individuali e collettive che possano lavorare concretamente per il bene del Paese e promuovere idee a supporto dei Cittadini, nel rispetto dei principi di Sostenibilità Sociale, Ambientale ed Economica.



ItaliaCamp nasce nel 2009, come primo think tank universitario italiano, da venti giovani laureati della Luiss Guido Carli di Roma che lavorano a un modello innovativo di confronto e partecipazione rivolto alla società civile con l'obiettivo di valorizzare le nuove tecnologie, ma anche sviluppare strumenti diversi. Tra questi, il **BarCamp**: una non-conferenza collaborativa in cui ognuno viene coinvolto attivamente.

L'Associazione rappresenta oggi un network che unisce e favorisce il dialogo tra 70 università Italiane con Istituzioni e Imprese Paese.

L'Associazione ha promosso, in collaborazione con numerose università italiane e internazionali e con il supporto di aziende di rilievo nazionale, tra cui Sisal, il progetto "ItaliaCamp" che ha l'obiettivo di raccogliere idee e proposte per l'innovazione sociale ed economica in Italia e realizzare progetti di interesse nazionale che rispondono alle esigenze delle comunità territoriali secondo logiche tese a ottenere la massima integrazione e trasversalità nella partecipazione da parte di tutta la società civile.

Una delle idee vincitrici dell'iniziativa è il progetto "**Scuola d'Impresa**", selezionato da Sisal per sostenerne la realizzazione. Il progetto ha l'obiettivo di promuovere la nascita di iniziative

imprenditoriali da parte di laureandi universitari, con particolare riferimento al lavoro realizzato per le tesi di laurea.

● Il progetto “Scuola d’Impresa”

Il progetto “Scuola d’Impresa” ha tra i suoi principali obiettivi:

- favorire le collaborazioni interdisciplinari tra studenti, università e aziende su temi innovativi;
- valorizzare il lavoro realizzato dagli studenti nella stesura delle tesi di laurea, indirizzandolo verso progetti di sicuro interesse per le imprese;
- formare gli studenti sulle possibilità di fare impresa attraverso i propri progetti di tesi;
- mettere in contatto studenti di facoltà diverse per creare sinergie e progetti multidisciplinari.

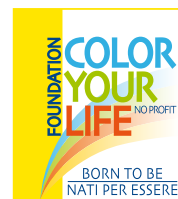
Nel corso del 2012 sono stati predisposti il modello di business, il gruppo e il piano di lavoro e sono state organizzate le attività da realizzare nella fase pilota:

Call for Thesis per definire gli argomenti delle tesi proposti agli studenti;

Call for Student e **Call for Professor** per coinvolgere studenti e docenti nel progetto.

● Color Your Life

Continua anche nel 2012 la partnership tra Sisal e **Color Your Life**, Fondazione che si propone di sostenere i giovani che desiderano riconoscere le proprie passioni, esprimere il proprio talento e sfruttarlo per costruire il proprio futuro.



Due sono gli obiettivi che la Fondazione persegue:

- fornire ai giovani le condizioni per una formazione di assoluta eccellenza operando insieme alle strutture scolastiche, al mondo culturale, artistico e dei mestieri;
- promuovere presso i giovani l’approccio culturale, presupposto fondamentale per sviluppare una coscienza civile.

Ogni anno Color Your Life lancia numerosi bandi di concorso, riservati ai giovani di età compresa tra i 13 e i 18 anni, ai quali i ragazzi possono aderire con elaborati di vario genere: saggi, articoli, interviste, report, opere grafiche (fumetti, racconti illustrati, disegni, dipinti), prodotti multimediali, testi poetici o teatrali e canzoni.

I lavori presentati dagli studenti vengono affidati alla valutazione di un Comitato Scientifico e i più meritevoli vengono selezionati per il **COLORCampus**, un soggiorno-studio estivo che è anche una finestra culturale sul mondo: 14 giorni completamente gratuiti durante i quali i giovani ospiti incontrano studiosi, manager, artisti, artigiani, tecnici, scienziati, saggisti insieme ai quali trascorrono giornate di studio e laboratorio. Corsi d’inglese, attività di svago e sport completano l’esperienza dei ragazzi coinvolti.



L'attività di Color Your Life non si rivolge solo ai ragazzi, ma anche ai docenti e ai dirigenti scolastici che hanno supportato i giovani e le attività della Fondazione.

Nel 2012 sono stati coinvolti 137 istituti scolastici di 14 regioni, con un numero totale di 862 partecipanti. Sono stati selezionati 147 progetti e realizzati 4 turni al ColorCampus tra fine giugno e fine agosto.

Nell'ottobre 2012 si è tenuto a Vicenza il consueto appuntamento "Prof. 10 e lode", un fine settimana di cultura in una città d'arte italiana che diventa anche l'occasione per ringraziare professori e presidi che hanno sostenuto la Fondazione condividendone i valori e per conoscere la storia e le bellezze architettoniche della città.

Portofranco

Con il brand Vinci per la vita - Win for Life l'Azienda ha sostenuto l'**Associazione Portofranco** a Milano anche nel 2012.

Portofranco è un Centro di Aiuto allo Studio rivolto agli studenti delle scuole medie superiori che offre gratuitamente un supporto nello svolgimento dei compiti, nel recupero dei debiti formativi e delle conoscenze disciplinari. L'avventura di Portofranco è nata nel novembre del 2000 dall'intuizione di un gruppo di insegnanti appassionati alla propria professione. Per fronteggiare il problema dell'insuccesso scolastico hanno deciso di instaurare un rapporto "personale" con i ragazzi in difficoltà proponendo loro un aiuto nello studio pomeridiano.

I ragazzi sono affiancati da volontari, spesso studenti universitari. Il centro accoglie una media di 88 giovani al giorno, sia italiani che stranieri, e oltre 40 volontari.

Master Publitalia '80 in Marketing, Comunicazione e Sales Management

Nel 2012 Sisal ha riconfermato il proprio sostegno al **Master in Marketing, Comunicazione e Sales Management** di Publitalia '80. Il corso si rivolge a laureati che decidono di avviare il loro futuro professionale nei campi del marketing, trade marketing, sales e comunicazione.

Sisal contribuisce a questa iniziativa anche con docenze, esercitazioni e con indicazioni sull'andamento del mercato del lavoro che costituiscono l'occasione per un costante aggiornamento del programma didattico. Così, il Master in Marketing, Comunicazione e Sales Management è un ponte sempre "aggiornato" tra il mondo dell'Università e quello delle Imprese.

La finalità didattica principale è quella di sviluppare capacità "specialistiche", unite a capacità di pensiero strategico e a una visione internazionale. Senso di responsabilità, sviluppo dello spirito di iniziativa e capacità di prendere decisioni in situazioni di rischio e in ambienti competitivi completano gli obiettivi didattici.



A4Job

Il settimanale "A" di RCS MediaGroup è impegnato in un'importante campagna per il riconoscimento del talento e delle potenzialità dei giovani, nonché per la valorizzazione del merito individuale. La campagna, che "A" ha riassunto nello slogan "**Noi non ci stiamo a premiare i senza talento**", ha riscosso molti consensi tra i giovani in cerca di lavoro e tra i lettori e le lettrici del settimanale.

Lunghissimo anche l'elenco delle personalità del mondo della cultura, dell'imprenditoria, della politica, dello sport e dello spettacolo che hanno aderito con testimonianze e appelli. Dalla campionessa di nuoto Federica Pellegrini, all'imprenditore Giuseppe Stefanel, dall'economista Loretta Napoleoni alla top model Eva Riccobono.

L'obiettivo della campagna **A4Job**, realizzata in partnership con il mondo imprenditoriale, è quello di coinvolgere attivamente le aziende e creare tra queste e i tanti giovani di talento un contatto diretto che permetta alle domande di lavoro e alle offerte altamente qualificate di incontrarsi.

Nel 2012 Sisal ha aderito ad A4Job stringendo una partnership con "A" che ha permesso l'ingresso in Azienda di una nuova collega.

Brain Calling Fair

Per il secondo anno Sisal ha partecipato, il 18 maggio a Milano e il 24 maggio a Roma, al "**Brain Calling Fair – La fiera delle idee e dei talenti**", prestigiosa iniziativa organizzata dall'American Chamber of Commerce in Italy.

L'evento, patrocinato dal Consolato Generale US, Regione Lombardia, Provincia di Milano, Comune di Milano e Comune di Roma, rappresenta un momento di dialogo e scambio diretto tra imprese e talenti che possono così contare su un contesto dedicato per presentare idee e progetti innovativi.

Quest'anno Sisal ha ricevuto 48 proposte attraverso l'upload al sito di Brain Calling Fair e ha incontrato i 18 autori dei progetti su Milano e i 14 autori dei progetti su Roma.

Rotary Club

Nel 2012 Sisal ha deciso di sostenere un'iniziativa promossa dal **Rotary Club Roma Nord Est** che assegna borse di studio ai figli dei caduti sul lavoro.

Il Rotary Club di Roma Nord Est, nato nel 1978 per volontà dell'avvocato Cesare Moglie e di altri amici, ha adottato gli obiettivi fondamentali del Rotary Club, ossia diffondere il valore del servizio, motore e propulsore ideale di ogni attività, riconoscendo la dignità di ogni occupazione utile e facendo sì che venga esercitata anche come mezzo per servire la collettività, nonché sostenere la cooperazione e la pace a livello internazionale attraverso la diffusione di relazioni amichevoli tra persone impegnate in diverse attività economiche e professionali e unite dalla volontà di servire.

ARTE E CULTURA

Piccolo Teatro di Milano

Nel 2012 Sisal ha rinnovato per il quarto anno consecutivo la partnership con il **Piccolo Teatro di Milano – Teatro d'Europa**. L'obiettivo condiviso è offrire occasioni di incontro tra i giovani e i protagonisti del mondo culturale, educare i ragazzi all'esperienza teatrale, all'arte e alla cultura per avvicinarli a quei valori che contribuiscono alla crescita personale dell'individuo, favorendo una socializzazione aggregante positiva.

Il Chiostro Nina Vinchi di via Rovello a Milano, magistralmente restaurato nel 2009 e di cui Sisal è Special Partner, rappresenta un luogo privilegiato d'incontro e socializzazione per giovani, studenti e appassionati di teatro. A quattro anni dalla sua apertura, il Chiostro del Bramante è riconosciuto nella mappa delle piazze milanesi come un importante luogo di aggregazione culturale.

Tra le attività che si rivolgono in particolare alle giovani generazioni vi sono:

- 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, Università 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.

Art For Business Forum 2012

Art For Business è un'Associazione che dal 2007 ricerca e sperimenta nuove possibilità di incontro con i linguaggi artistici perché diventino reali occasioni di crescita per le Persone che lavorano nelle aziende attraverso l'attitudine al cambiamento e al pensiero laterale che offre una modalità alternativa di risoluzione dei problemi.

La scelta di affiancare Art For Business è in sintonia con i Valori di Sisal che riconosce nell'arte uno strumento di confronto e cambiamento anche per le Imprese.

Sisal ha sostenuto, in qualità di Partner, **Art For Business Forum 2012 – Exchange to Innovate**, edizione dedicata allo scambio e al dialogo a favore dell'innovazione, articolata in incontri, workshop e laboratori realizzati in collaborazione con la Triennale di Milano il 16 e il 17 novembre 2012. Sisal ha partecipato al Forum con il progetto “**Art for Business Mentorship**”, nato per offrire a due giovani artiste – Elisabetta Falanga e Michela De Carlo –, studentesse di Accademia, l'opportunità di trasformare un'idea in un progetto maturo attraverso il confronto e il sostegno di due maestri del mondo dell'arte e dell'imprenditoria: l'artista Paolo Rosa e l'editore Marco Ghezzi.



Durante il Forum le due artiste hanno raccontato la loro idea creativa: Elisabetta Falanga con *L'altro livello della terra* e Michela De Carlo con *Energia Primaria*. Questi progetti si stanno sviluppando in un lungo percorso di "affidamento creativo reciproco", uno scambio ricco di riflessioni e spunti ma anche di scontri e difficoltà che trovano spazio in un blog/diario aperto a tutti.

Palazzo Marino in Musica

Anche nel 2012 Sisal ha sostenuto l'iniziativa **Palazzo Marino in Musica**, patrocinata dal Comune di Milano e realizzata con la collaborazione del Conservatorio G. Verdi, che ha l'obiettivo di avvicinare il pubblico alla cultura attraverso incontri musicali e reading letterari. La rassegna musicale, curata dall'Associazione Equivoci Musicali e con la direzione artistica di Ettore Napoli e Davide Santi, ha proposto un repertorio che spaziava dal XVII secolo al Novecento, con concerti accompagnati dalla lettura di testi a cura di giovani attori e da una breve introduzione al programma musicale. Il calendario ha previsto sei concerti gratuiti nei fine settimana del mese di gennaio 2012.

L'Arte nel Cuore Onlus

Nel 2012 si è concluso il corso di "**Speaker Radiofonico**" sostenuto da Sisal dal 2011 e organizzato dall'Associazione **L'Arte nel Cuore Onlus**. È stato il primo progetto europeo di educazione artistica rivolto a persone diversamente abili e normodotate con l'obiettivo di superare le barriere culturali e psicologiche attraverso la condivisione di un'esperienza comune.

L'Associazione intende infatti colmare la mancanza di offerta di attività e servizi rivolti alle persone disabili che possiedono doti artistiche e desiderano svilupparle in un ambiente integrato.

Le lezioni si sono svolte presso la sede romana di Radio Dimensione Suono. La didattica, incentrata sulle principali tecniche di conduzione radiofonica, si è articolata in sessioni tecniche sulla realizzazione di una trasmissione radio, lezioni teoriche su marketing e redazione ed esercitazioni pratiche sulla dizione e sull'uso della voce. Il percorso formativo degli allievi si è concluso con la messa in scena dello spettacolo "Con le tasche piene di miracoli" tenutosi presso il Teatro Olimpico di Roma il 4 giugno. Per promuovere l'evento la classe ha registrato uno spot, andato in onda tra maggio e giugno 2012 nei circuiti radiofonici nazionali e locali di Radio Dimensione Suono.

Il corso ha offerto non solo un percorso di crescita emotiva, volto a indirizzare il talento artistico dei ragazzi attraverso l'espressione della voce, ma soprattutto un'esperienza professionale, in virtù del livello degli insegnamenti e della serietà dei partecipanti.

SPORT

“lo tifo positivo”

Il sostegno di Sisal al progetto “lo tifo positivo” è proseguito anche nel 2012. Il progetto, nato dall’esperienza di **Comunità Nuova Onlus** in ambito sportivo-educativo, favorisce la diffusione di una “cultura della sportività” attraverso una serie di attività educative volte alla prevenzione del tifo violento.



“lo tifo positivo” ha l’obiettivo fondamentale di accrescere nei soggetti coinvolti la responsabilità delle proprie azioni. Le parole chiave sono: rispetto, tolleranza, educazione, impegno, sana competizione, divertimento, lealtà e accettazione della sconfitta.

I protagonisti del progetto sono i bambini della scuola primaria e secondaria di primo grado.

Il progetto si articola in diverse attività:

Incontri in classe

I ragazzi sono i veri e propri protagonisti del percorso: non solo stabiliscono delle regole e si impegnano a rispettarle, ma riflettono e si confrontano anche sui temi dello sport e della vita attraverso giochi, sfide, role playing, drammatizzazioni e lavori creativi, ognuno con le proprie capacità che condivide e confronta con i compagni di classe.



Incontri con i testimonial

Nella ricerca di modelli a cui ispirarsi i ragazzi incontrano campioni sportivi che, raccontando la propria storia, fatta di passione, impegno, rinunce e sogni, trasmettono messaggi positivi su cui riflettere.

Evento di gioco e di tifo territoriale

Un mattinata di gioco e tifo tra tutte le classi partecipanti per verificare se le riflessioni e i pensieri emersi in classe si traducono in comportamenti realmente corretti e coerenti.

Eventi sportivi

La partecipazione a eventi sportivi di rilievo vuole essere un’importante occasione per coinvolgere anche il mondo adulto. In queste occasioni, attraverso slogan e messaggi positivi, i ragazzi insegnano ai genitori a comportarsi da tifosi appassionati, ma corretti.

Nel corso dell’anno scolastico 2011-2012 il progetto ha coinvolto in Lombardia 1.980 studenti, oltre a due insegnanti per classe, dirigenti scolastici e genitori. All’inizio dell’anno scolastico 2012-2013 il progetto ha raggiunto altre scuole coinvolgendo in totale 2.500 studenti.

Un ulteriore elemento di novità è rappresentato dalla sperimentazione del progetto nell'ambito delle società sportive e delle realtà aggregative a esse legate.

L'obiettivo è raggiungere agenzie educative, realtà di aggregazione giovanile (formali e non) e contesti vissuti quotidianamente dai giovani particolarmente coinvolti dai temi affrontati e dalle esperienze che vengono proposte.

F.C. Internazionale ha riconosciuto il valore educativo dell'iniziativa "lo tifo positivo" e del lavoro di rete svolto. Per questo nel gennaio 2013 ha proposto il progetto a otto gruppi squadra nell'ambito del proprio settore giovanile, tra i più importanti a livello professionistico nazionale.

Futbolclub

Nel 2012 Sisal e Futbolclub hanno rinnovato la partnership nata nel 2010 dalla condivisione di una Mission incentrata sulla crescita dei ragazzi attraverso lo sport quale momento fondamentale per la formazione e l'acquisizione di competenze tecniche e relazionali.

La **Società calcistica Futbolclub** promuove il calcio a livello giovanile e agonistico sul territorio romano, impegnandosi a garantire una preparazione tecnica e al tempo stesso a diffondere i 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 giovani possano allenarsi piacevolmente, con l'obiettivo di migliorare le loro performance 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.

U.S. Aldini Bariviera

Nella stagione 2011-2012 Sisal ha sostenuto l'**U.S. Aldini Bariviera**, storica Società calcistica giovanile di Milano, nata nel 1930 come Aldini e fusa con il Bariviera nel 2003, di cui condivide l'obiettivo della formazione calcistica come strumento di crescita sana.



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

Il torneo, giunto alla sua ottava edizione, è riservato alla categoria esordienti 1999 e coinvolge 20 squadre di calcio, tra 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 charity e del divertimento.

Handicap Sport Varese

Sisal ha deciso, per il secondo anno consecutivo, di sostenere con il brand EuroJackpot la squadra varesina del basket in carrozzina, partecipando a un progetto importante sia a livello sociale che sportivo.

La **Società Handicap Sport Varese** è stata fondata nel giugno 1984 ed è affiliata alla FIPIC (Federazione Italiana Pallacanestro in Carrozzina), organizzazione facente parte del C.O.N.I. Inizialmente impegnata anche nell'atletica leggera, la Società si è poi dedicata esclusivamente alla pallacanestro in carrozzina che è ora praticata a livello agonistico su tutto il territorio nazionale.

Alla base della scelta e dell'impegno della Società c'è la convinzione che lo sport può essere molto efficace ai fini della riabilitazione. Le discipline sportive, infatti, sono complementari alle terapie mediche di mantenimento in quanto apportano preziosi benefici psicologici e fisici. Inoltre, lo sport ha una funzione socializzante: l'attività sportiva è finalizzata infatti ad avvicinare i giovani alla società in modo naturale e a farli accettare come veri atleti e non come disabili. Dalla stagione 2011-2012, grazie alla collaborazione con Pallacanestro Varese, l'Handicap Sport Varese ha ripreso l'attività agonistica partecipando al campionato di serie B. La stagione 2012-2013 ha visto la EuroJackpot Varese classificarsi al primo posto nella regular season conquistando il diritto a disputare i playoff dove ha ottenuto la promozione in Serie A2.

LA RETE SISAL PER LA RACCOLTA FONDI

Da molti anni Sisal mette a servizio della solidarietà la propria Rete di Ricevitori presente su tutto il territorio nazionale con l'obiettivo di raccogliere fondi, in particolare per sostenere la ricerca scientifica contro malattie gravi e arginare le emergenze sociali.

I Partner 2012 per la raccolta fondi

AIRC

Per il tredicesimo anno consecutivo Sisal affianca **AIRC**, in qualità di Partner tecnico, in occasione della **Giornata Nazionale per la Ricerca sul Cancro**. AIRC, Associazione Italiana per la Ricerca sul Cancro, nasce con l'obiettivo di sostenere la ricerca per la cura del cancro diffondendo una corretta informazione sui risultati e le prospettive di cura.



Nelle ricevitorie Sisal, dal 22 ottobre al 17 novembre 2012, è stato possibile effettuare sia donazioni attraverso le schede SuperEnalotto e Quick Pick da terminale, sia donazioni libere disgiunte dal gioco. L'Azienda ha inoltre sostenuto la campagna di raccolta fondi approntando una strategia di comunicazione ad hoc 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, l'Azienda 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 diffusa 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. I fondi raccolti da Sisal sostengono la start up guidata da Thomas Vaccari presso il Campus IFOM-IEO di Milano.

Nel 2012 Sisal ha raccolto per AIRC 36.458 euro.

Telethon

Per l'ottavo anno Sisal affianca **Telethon**, in qualità di Partner tecnico, in occasione della Maratona Telethon sulle reti Rai, trasmessa nella settimana dal 9 al 16 dicembre 2012. Telethon è una Fondazione che finanzia la ricerca biomedica rivolta alla cura delle malattie genetiche rare.



Nelle ricevitorie Sisal, dal 3 dicembre 2012 al 26 gennaio 2013, è stato possibile effettuare sia donazioni attraverso le schede SuperEnalotto e Quick Pick da terminale, sia donazioni libere disgiunte dal gioco. Sisal ha dedicato alla raccolta fondi una campagna di comunicazione specifica diffusa attraverso i propri punti vendita, i propri siti web e SisalTV.

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.

Nel 2012 Sisal ha raccolto per Telethon 34.131 euro

Fondazione Umberto Veronesi

Da dieci anni la **Fondazione Umberto Veronesi** investe energie e fondi nel sostegno alla ricerca scientifica e condivide con autorevoli studiosi importanti iniziative sostenendo progetti all'avanguardia e offrendo borse di ricerca (Young Investigator Programme e borse di ricerca finanziate da IPSEN) a giovani medici e scienziati attraverso la pubblicazione annuale di bandi aperti a tutti.

Le aree di ricerca sono oncologia, neuroscienze e cardiologia, mentre uno spazio apposito è dedicato alle iniziative di prevenzione.

Particolare attenzione è rivolta alla lotta contro il tumore al seno, il più diffuso tra i tumori femminili (i dati statistici indicano una donna su dieci). Molto è stato ottenuto grazie alla diagnosi precoce e alle nuove terapie: infatti delle 37.000 italiane che ogni anno scoprono di essere malate, oggi guarisce l'87%, uno dei tassi più elevati al mondo.

Il 24 settembre e il 19 ottobre 2012 si è tenuta la prima raccolta fondi a favore della Fondazione Umberto Veronesi che si è svolta attraverso donazioni libere e disgiunte dal gioco. Per promuovere l'iniziativa è stata sviluppata un'attività di comunicazione coordinata insieme alla Fondazione.

I fondi raccolti sono stati destinati al progetto di ricerca guidato dalla dottoressa Maria Rescigno del Dipartimento di Oncologia Sperimentale del Centro di ricerca bio-medica IFOM-IEO. L'obiettivo della ricerca è **identificare i meccanismi che portano alla resistenza al trattamento farmacologico di alcune forme di carcinoma mammario** e di conseguenza prevedere in anticipo la risposta ai farmaci.

Nel 2012 Sisal ha raccolto per la Fondazione Umberto Veronesi 36.744 euro.



AriSLA, **Fondazione Italiana di ricerca per la Sclerosi Laterale Amiotrofica**, è la principale Agenzia che si occupa della promozione, del finanziamento e del coordinamento della ricerca scientifica sulla SLA in Italia e in Europa.

È nata nel dicembre del 2008 per volontà di A.I.S.L.A. Onlus – Associazione Italiana Sclerosi Laterale Amiotrofica, Fondazione Cariplo, Fondazione Telethon, Fondazione Vialli e Mauro per la Ricerca e lo Sport Onlus. La sua Mission è rendere più incisivi ed efficaci gli investimenti e le opportunità nella ricerca sulla SLA, coordinando progetti e ricercatori e sostenendo il rapido trasferimento dei risultati alla pratica clinica.

Dall'anno della sua costituzione Fondazione AriSLA ha investito nella ricerca 5.655.170 euro, finanziando 29 progetti di ricerca di base, clinica e traslazionale che vedono il coinvolgimento attivo di oltre 100 ricercatori del nostro Paese. La ricerca finanziata da AriSLA ha prodotto inoltre 55 pubblicazioni scientifiche.

L'attività di ricerca della Fondazione è accompagnata da un'azione mirata di fundraising, grazie all'impegno di Fondazione Vialli e Mauro, con l'obiettivo di incrementare il fondo di dotazione annuale messo a disposizione dai Soci Fondatori: a tal fine AriSLA è orientata a sviluppare sinergie e partnership con Enti terzi per l'affiancamento nelle attività di sostegno alla ricerca scientifica e di sensibilizzazione verso le problematiche legate alla malattia.

La collaborazione con Sisal si è sviluppata nell'ambito di questo obiettivo: dal 18 giugno al 14 luglio 2012 è stato possibile effettuare donazioni attraverso schede SuperEnalotto e QuickPick da terminale oppure donazioni libere disgiunte dal gioco. Alle speciali giocate AriSLA è stato associato un grande concorso a premi che ha messo in palio biglietti per il concerto benefico **"Slancio di Vita"**, di cui Sisal è stata Partner sostenitore, tenutosi l'11 luglio 2012 presso lo Stadio Olimpico di Torino con la partecipazione di numerosi cantanti italiani.

La raccolta 2012 di Sisal per AriSLA è stata di 23.811 euro.



Con l'obiettivo di fronteggiare l'emergenza Territorio in Emilia, Sisal ha messo la propria Rete a servizio della collettività, attivando una gara di solidarietà tra i Cittadini interessati a donare un importo libero a favore della popolazione dell'Emilia Romagna colpita nel maggio 2012 dal terremoto. L'Azienda ha scelto come Partner sul Territorio **Croce Rossa Italiana** che, in stretta collaborazione con la Protezione Civile, si è impegnata nelle attività di assistenza sanitaria e psico-sociale. Dal 27 giugno al 29 luglio 2012 in tutte le ricevitorie Sisal è stato possibile offrire il proprio contributo con una donazione libera disgiunta dal gioco.

Come già avvenuto nel 2009, in occasione del terremoto dell'Aquila, le donazioni non hanno avuto alcun legame con il gioco o con i servizi di pagamento e non è stata applicata alcuna commissione d'incasso, come chiaramente specificato sulla ricevuta rilasciata contestualmente ai donatori. I fondi raccolti sono stati destinati alla Croce Rossa Italiana per l'**acquisto di autoveicoli utili ai trasporti sociali** nel comune di Finale Emilia.

La raccolta S.O.S Emilia di Sisal è stata di 66.131 euro.



Save the Children e la campagna Every One

Dal 2009 Save the Children ha lanciato **Every One**, una campagna globale per abbattere la mortalità infantile e garantire salute e assistenza a mamme e bambini in 38 paesi nel mondo. Ogni anno 6,9 milioni di bambini muoiono prima di aver compiuto 5 anni per cause facilmente prevenibili e curabili, come morbillo, dissenteria, polmonite, complicazioni neonatali. La malnutrizione inoltre è concausa di un terzo di queste morti infantili in quanto aggrava ulteriormente lo stato di salute dei bambini malati e ne favorisce il deperimento.

Con i fondi raccolti Save the Children sviluppa progetti di salute materno-infantile che coinvolgono oltre 50 milioni di bambini e donne in età riproduttiva garantendo cibo, cure e assistenza.

Sisal ha deciso di supportare la campagna Every One per il secondo anno con la raccolta fondi **"Siamo tutti mamme"**. Dal 2 al 31 maggio 2012 nelle ricevitorie Sisal è stato possibile effettuare donazioni sia disgiunte dal gioco, sia attraverso schede SuperEnalotto e Quick Pick da terminale.

Sisal ha supportato il progetto non solo mettendo a disposizione la propria Rete Distributiva, ma realizzando anche una campagna promozionale ad hoc che ha permesso di potenziare e diffondere la comunicazione dell'iniziativa.

La raccolta di Sisal per Every One – Save the Children è stata di 46.283 euro.

ALTRI CONTRIBUTI ALLA COMUNITÀ

Make-A-Wish® Italia

Nel 2012 Sisal ha rinnovato il suo sostegno a **Make-A-Wish® Italia**, Associazione che si pone l'obiettivo di **realizzare i desideri dei bambini** gravemente ammalati per arricchire di gioia, speranza e forza il loro difficile percorso ospedaliero.

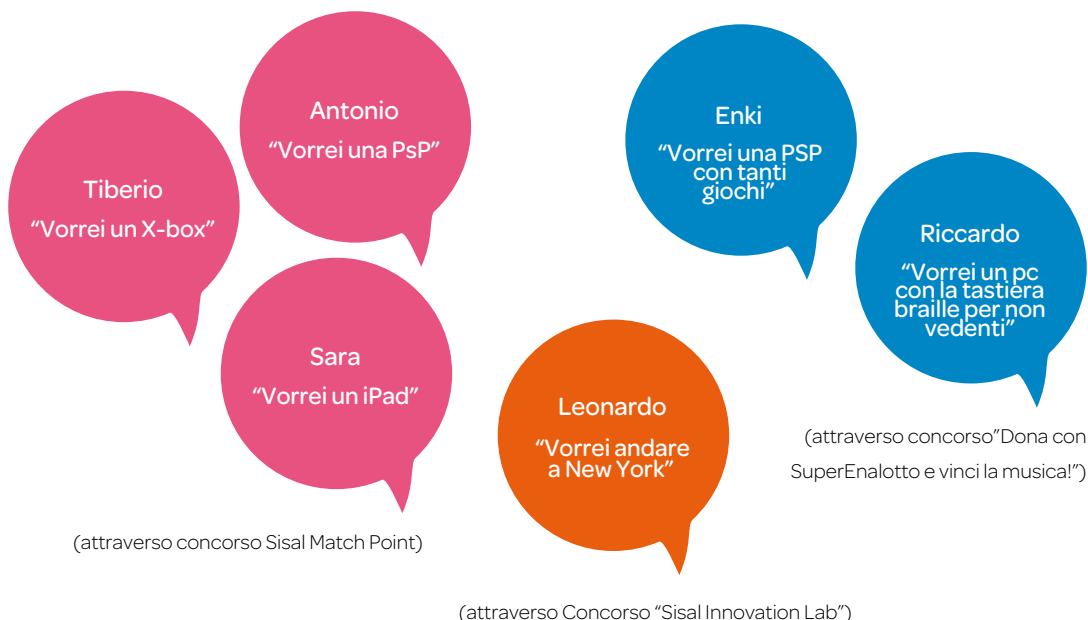
Per un bambino gravemente malato un desiderio avverato significa sognare che nulla è impossibile, significa ritrovare la forza per continuare a lottare e dimenticare di essere malato per tornare a essere semplicemente un bambino.

Make-A-Wish® Italia è stata fondata nel settembre 2004 per onorare la memoria di Carlotta Frontani, una bambina veramente speciale scomparsa nel novembre 2002 all'età di 10 anni a causa di una grave malattia.

Sisal sostiene Make-A-Wish® non solo con un contributo economico, ma anche mettendo a disposizione risorse e mezzi per esaudire i desideri dei bambini, in particolare inserendo nelle clausole di alcuni concorsi la destinazione dei premi non assegnati all'Associazione.



ALCUNI DESIDERI REALIZZATI NEL 2012



Fiabaday

Anche nel 2012 Sisal, con i marchi SuperEnalotto e Vinci per la vita – Win for Life, si schiera a fianco dell'Associazione Fiaba per offrire tutto il sostegno possibile alla diffusione di politiche finalizzate all'abbattimento delle barriere fisiche e culturali nei confronti delle persone portatrici di disabilità. La campagna di sensibilizzazione **Fiabaday**, realizzata dal 1° al 31 ottobre 2012, ha previsto iniziative su tutto il territorio nazionale con l'obiettivo di informare e coinvolgere i Cittadini e promuovere un dibattito sul tema della realizzazione di ambienti accessibili e vivibili per tutti. Domenica 7 ottobre 2012, a Roma, Palazzo Chigi ha aperto le porte ai visitatori con disabilità e ai loro accompagnatori per celebrare la **"10ª Giornata nazionale per l'abbattimento delle barriere architettoniche"**. L'iniziativa è nata sotto l'Alto Patronato del Presidente della Repubblica, in collaborazione con la Presidenza del Consiglio dei Ministri. Per il quarto anno consecutivo Sisal ha deciso di confermare il proprio impegno a favore di Fiabaday, un'iniziativa che l'Azienda considera essenziale nell'ambito del proprio Programma di Responsabilità Sociale.

Iniziative di Cittadinanza Attiva

Meeting di Rimini

Il tradizionale appuntamento di Rimini è un momento importante di confronto con i Cittadini, le Istituzioni e i protagonisti del mondo economico e culturale. Dal 19 al 25 agosto 2012 Sisal ha partecipato al meeting anche con uno stand dedicato ad attività artistiche per i bambini.

Il 21 agosto 2012 si è svolto, inoltre, il convegno **"Giocare per Gioco, anno secondo – Azioni concrete e sviluppi futuri"**. In questa occasione sono stati presentati i risultati della seconda fase di ricerca triennale sul tema del Gioco Responsabile. La ricerca, promossa dalla Federazione Sistema Gioco Italia, è stata realizzata grazie al supporto di Sisal, Lottomatica e delle Associazioni Acadi (Associazione Concessionari Apparecchi da Intrattenimento) e Giochi e Società.

Il progetto, condotto dalla Fondazione per la Sussidiarietà con la collaborazione dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano e del suo Centro per lo studio della moda e della pro-

duzione culturale (ModaCult), ha l'obiettivo di monitorare nel corso di tre anni la percezione, le tendenze e la valutazione sociale nei confronti del gioco pubblico, in particolare da parte del mondo giovanile.

veDrò – L'Italia al futuro

Sisal ha sostenuto, anche nel 2012, l'evento annuale estivo veDrò, dal titolo **"We can be heroes!"**, tenutosi dal 26 al 29 agosto a Dro, nei pressi di Riva del Garda.

La manifestazione ha portato, come ogni anno, un think-net di ospiti originale, creativo, intraprendente che si è confrontato sulle tematiche del talento, della cultura, della vivacità di pensiero, dello spirito imprenditoriale e della passione, con l'obiettivo di disegnare un futuro nuovo, provocatorio ma possibile per l'Italia.

La manifestazione si è articolata, in un'atmosfera informale e vivace, su tre giorni di incontri e dibattiti attorno a 21 working group e su 61 interventi in assemblea plenaria, dirette radiofoniche e televisive. Questo appuntamento rafforza il legame tra Sisal e il mondo delle Istituzioni, con un'attenzione particolare al tema del rapporto tra pubblico e privato.

Uno sguardo al futuro

L'impegno di Sisal verso la Comunità per il 2013 prevede una sostanziale continuità di intervento nelle aree in cui l'Azienda è già presente con Partner strategici.

Sisal intende quindi rinnovare il proprio impegno nello sviluppo e nel sostegno ad attività e progetti di carattere formativo, offrendo concrete opportunità di crescita a giovani e giovanissimi e favorendo progetti di start-up imprenditoriali.

Per formazione si intendono metodi, contesti, spazi di incontro, trasferimenti e scambi di saperi che consentono non solo di acquisire capacità intellettuali, culturali e tecnico-professionali, ma anche di raggiungere una maturazione emotiva e civica.

La modalità di intervento che caratterizza le azioni di Sisal a favore della Comunità è quella di un approccio ove possibile "multistakeholder", che prevede il coinvolgimento di tutti i portatori di interesse già nelle fasi progettuali.

I progetti di arte e cultura rappresentano lo strumento più efficace per stimolare la conoscenza, la socializzazione, lo sviluppo di competenze relazionali. Arte e cultura sono infatti naturali aggregatori sociali positivi, nonché veicoli di valori, di conoscenza e di crescita personale.

Grazie alla solidarietà dimostrata dalla Rete dei Ricevitori, che ha permesso in questi anni di raccogliere somme importanti a favore della ricerca e di altre iniziative benefiche, Sisal può progettare per il futuro 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.

La relazione con altri importanti Stakeholder

Il coinvolgimento degli Stakeholder rappresenta una priorità nel modello di Sostenibilità di Sisal. Sisal ricerca una crescita sostenibile e duratura, basata sul corretto contemperamento degli interessi di tutti gli interlocutori aziendali. Il dialogo è costante e lo stesso Rapporto Sociale rappresenta uno strumento fondamentale di comunicazione su temi che riguardano la Sostenibilità Sociale, Economica e Ambientale dell’Azienda.

Per il 2013-2014 Sisal prevede un Piano di attività con obiettivi specifici e misurabili con un approccio “multistakeholder”. In particolare, sono previsti incontri di presentazione del Rapporto Sociale per raccogliere spunti e suggerimenti sullo sviluppo delle politiche di “governo sostenibile” del business, per consolidare la politica di dialogo costruttivo con i principali interlocutori dell’Azienda e per individuare aree di intervento comuni al fine di accrescere il valore del reciproco scambio.

Il Regolatore e le Istituzioni Pubbliche

AAMS

In Italia la funzione di controllo dei giochi e di attività di Governance è esercitata dall’Agenzia delle Dogane e dei Monopoli (AAMS) e di conseguenza la relazione con l’Agenzia è costante e centrale nell’attività del Gruppo Sisal.



Sisal opera, direttamente o tramite altre Società del Gruppo, come Concessionario di AAMS per quanto riguarda la raccolta, sia nelle ricevitorie che nei punti vendita specializzati, dei giochi tradizionali – quali SuperEnalotto, EuroJackpot, Vinci per la vita - Win for Life e SiVince Tutto SuperEnalotto – nell’ambito della concessione dei Giochi Numerici a Totalizzatore Nazionale (GNTN), nonché di Tris, Totocalcio, Totogol. 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’Agenzia delle Dogane e dei Monopoli 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 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 l'obiettivo 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'Agenzia 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 e 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'Agenzia, che svolge il ruolo di Governance, nonché responsabilità del Giocatore, per un approccio al gioco misurato e moderato.

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'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli;
- 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.

Il Regolatore, inoltre, nell'ottica di perseguire gli obiettivi sopra menzionati, ha emanato il decreto legge del 13 settembre 2012 n. 158, convertito con modificazioni dalla legge 8 novembre 2012, n. 189, noto come "Decreto Balduzzi", che contiene prevalentemente norme volte a promuovere lo sviluppo del Paese attraverso un più alto livello di tutela della salute dettando ulteriori prescrizioni a tutela dei Giocatori.

In particolare:

- la ludopatia viene riconosciuta come patologia e viene inserita all'interno del decalogo delle patologie cui riconoscere livelli di assistenza statale;
- vengono imposte limitazioni in tema di pubblicità sul gioco, sia in termini di contenuti che di modalità espressive, nonché rispetto ai destinatari. La norma vieta espressamente il ricorso a messaggi pubblicitari concernenti il gioco con vincite in denaro nel corso di trasmissioni televisive o radiofoniche, rappresentazioni cinematografiche e teatrali rivolte prevalentemente ai giovani, nonché via internet, su giornali o pubblicazioni, allorché incitano al gioco; ove figurino la presenza di minori; qualora siano privi di formule di avvertimento sul rischio di dipendenza della pratica del gioco, nonché dell'indicazione della possibilità di consultazione di note informative;
- viene disciplinato l'obbligo di adottare formule di avvertimento sul rischio di dipendenza dalla pratica di gioco con vincita in denaro, nonché sulle relative probabilità di vincita.

Le Istituzioni

L'impianto normativo, come descritto sopra, attribuisce ampia delega di governo del settore all'Agenzia, 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 e delle Finanze 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 MIPAF e il CONI.

Dal 1948 il Ministero per le Politiche Agricole Alimentari e Forestali (MIPAF) è 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, Sisal mantiene tuttavia un rapporto importante con il CONI per l'ingente finanziamento dell'attività sportiva italiana proveniente dall'intero settore dei giochi (legge n. 229 del 24 dicembre del 2012).

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 tra le Istituzioni nazionali e comunitarie 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 2012 Sisal ha perseguito l'obiettivo di rafforzare ulteriormente la relazione con Istituzioni ed Enti attraverso una collaborazione fattiva, trasparente e professionale, conformesia alle aspettative dell'Azienda, sia a comportamenti e azioni coerenti con i ruoli 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 dall'Agenzia, quale principale interlocutore istituzionale, Sisal ha sempre adottato una politica volta alla condivisione delle aspettative e delle indicazioni dell'Agenzia per quanto riguarda sia gli aspetti di ritorno economico, sia gli aspetti sociali e di sviluppo sostenibile.

La Direzione Relazioni Istituzionali di Sisal svolge un lavoro di continua mediazione e traduzione delle esigenze aziendali e delle esigenze normative e 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 tra 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.

La Banca d'Italia

Con l'introduzione della direttiva 2007/64/CE in materia di prestazione di servizi di pagamento al dettaglio il legislatore comunitario si è posto l'obiettivo di realizzare, all'interno dei territori dell'Unione, l'integrazione del comparto dei servizi di pagamento retail al fine di ottimizzare, nell'interesse dell'utenza, i tempi e i costi dei pagamenti e contestualmente ha ridotto progressivamente le transazioni in contanti per garantire un livello sempre più alto di tracciabilità dei flussi degli scambi.

La direttiva ha inoltre introdotto una nuova categoria di Operatori autorizzati, ovvero gli Istituti di Pagamento.

Il recepimento nell'ordinamento italiano della direttiva è avvenuto con il D.Lgs. 27 gennaio 2010, n. 11 che ha affiancato ai tradizionali Operatori del settore nuovi Operatori specializzati allo scopo di innalzare il livello di concorrenza, creando così un contesto favorevole all'accesso di nuovi Player portatori di innovazione e tecnologie per promuovere in Italia il passaggio dall'uso del contante a forme di pagamento più efficienti e maggiormente tracciabili. Le funzioni di disciplina e vigilanza sugli Istituti di Pagamento sono state affidate dal legislatore alla Banca d'Italia.

Come si legge nel testo predisposto per l'Audizione del Direttore Centrale per la Vigilanza Bancaria e Finanziaria p.t. della Banca d'Italia dinanzi alla Commissione Finanze della Camera dei Deputati del 27 ottobre 2011 (consultabile sul sito internet istituzionale www.bancaditalia.it):

La Banca d'Italia – nella sua veste di Autorità di Vigilanza e di Sorveglianza sul sistema dei pagamenti – è impegnata a sostenere a livello europeo e nazionale le diverse iniziative volte ad accrescere la competitività dell'industria europea dei pagamenti retail attraverso il rafforzamento della sua efficienza e affidabilità; ciò trova il necessario presupposto nel consolidamento di un ambiente tecnico, normativo e procedurale pienamente omogeneo all'interno dell'area.

L'introduzione di un regime di vigilanza proporzionato ai rischi intende assicurare la presenza sul mercato di intermediari dotati di risorse organizzative, patrimoniali e tecniche adeguate per operare nel pieno rispetto dei nuovi standard richiesti.

La nuova disciplina mira a innalzare i livelli di efficienza, sicurezza e tutela del consu-

matore, rimettendo al mercato le strategie imprenditoriali e le scelte sugli strumenti da utilizzare. I tempi più rapidi di esecuzione delle operazioni e di riconoscimento della valuta si inseriscono nel processo di progressiva riduzione dei costi per l'utenza, già avviato con l'avvento dell'euro e la crescente competizione nel settore.

In questo scenario normativo, SHIP ha creato un apposito "patrimonio destinato", come previsto dalla normativa in vigore, conseguendo, all'esito delle verifiche condotte dall'Ente di Vigilanza, l'iscrizione nell'albo degli Istituti di Pagamento di cui all'art. 114-spties, D.Lgs. n. 11/10.

Il dialogo costante di Sisal Holding Istituto di Pagamento (SHIP) con l'Ente di Vigilanza

Nel corso del 2012 SHIP ha perseguito l'obiettivo di sviluppare e consolidare la relazione con Banca d'Italia attraverso una collaborazione fattiva, trasparente e professionale, conforme sia alle aspettative dell'Azienda, sia a comportamenti e azioni coerenti con il ruolo di Istituto di Pagamento in un mercato ancora nuovo sia per l'Ente regolatore e di vigilanza sia per i Player che vi operano.

Anche in questo settore SHIP, coerentemente con le policy del Gruppo, ha sempre adottato una politica volta alla condivisione delle aspettative e delle indicazioni della Banca d'Italia per quanto riguarda sia gli aspetti di ritorno economico, sia gli aspetti sociali e di sviluppo sostenibile.

Nello svolgimento di questa attività di dialogo SHIP si avvale oltre che della Direzione Relazioni Istituzionali, della Direzione Digital Games and Services, affidataria della gestione del patrimonio destinato. Le due Direzioni svolgono un lavoro di continua valutazione e traduzione delle esigenze aziendali e delle esigenze del Regolatore garantendo la corretta applicazione delle norme e delle direttive e mantenendo aperto un dialogo continuo con l'Ente di Vigilanza.

A ciò si aggiunge una precisa attenzione dell'Azienda allo sviluppo di nuove tecnologie per proporre all'utenza pubblica, secondo la ratio normativa che caratterizza il modello degli Istituti di Pagamento, nuovi modelli di servizio studiati partendo dall'analisi della domanda con l'obiettivo di sviluppare soluzioni innovative coerenti con il processo di digitalizzazione sempre più marcato che caratterizza la società contemporanea.

Gli Azionisti

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 3.613 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 tra i Soci indiretti di Sisal sono:

Apax Partners, 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. Tra 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, 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, tra 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., Società indipendente nata nel 2003, si avvale delle 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 tra 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

Il Gruppo Sisal è in costante evoluzione con un business in forte crescita. 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 adottando di conseguenza 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.

La complessità delle diverse linee di business e l'entità degli investimenti impone inoltre al Gruppo di utilizzare la maggior parte degli strumenti finanziari presenti sul mercato, quali fidejussioni, leasing, factoring, derivati, finanziamenti a breve, medio e lungo termine, etc. In particolare, le linee a breve termine riguardano principalmente affidamenti per crediti di firma che vengono utilizzati per l'emissione di garanzie a favore delle principali controparti con cui il Gruppo opera, in particolare l'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli (AAMS) e i principali Operatori nel settore dei servizi di pagamento.

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

Composizione degli affidamenti % per crediti di firma

BANCHE	2012	2011	2010	2009
UNICREDIT	30%	28%	28%	28%
INTESA SANPAOLO	24%	24%	27%	24%
B. POP. MILANO	14%	12%	10%	8%
BANCO POPOLARE	12%	12%	13%	16%
MPS	10%	13%	12%	14%
B. POP. BERGAMO	5%	5%	5%	6%
C. RISP. BOLZANO	3%	5%	4%	5%
ALTRI ISTITUTI	1%	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 "covenant" 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 tra l'1,87% e il 3,68%.

Composizione % dei finanziamenti in pool a medio-lungo termine

BANCHE	2012
RBS	34%
UNICREDIT	15%
CREDIT AGRICOLE	15%
INTESA SANPAOLO	14%
MIZUHO	14%
J.P. MORGAN	4%
B. POP. MILANO	3%
UBS LTD	2%

Le linee di credito e la relativa attività finanziaria, come si evince dalla tabella, non sono concentrate su una banca prevalente ma distribuite omogeneamente tra i diversi Istituti in modo da diversificare il rischio e ripartire l'operatività in funzione degli affidamenti concessi.

La posizione finanziaria netta del Gruppo è in costante miglioramento grazie al buon andamento dei risultati e a un'attenta gestione dei flussi finanziari correnti, nonostante i rilevanti investimenti fatti negli ultimi anni sia in nuove tecnologie sia in termini di nuove acquisizioni.

La Rete Sisal

I punti vendita nel Territorio

Il Gruppo Sisal si avvale di una Rete complessiva di circa 45.000 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, 4.000 corner ippici e sportivi, 204 agenzie e negozi Match Point, oltre 4.800 punti vendita dedicati solo agli apparecchi da intrattenimento (Adi) e 6 sale Sisal Wincity. La Rete è supportata da un team commerciale suddiviso per aree di business e da Gestori della Rete Distributiva di Sisal Entertainment.

La Rete dei prodotti GNTN e dei servizi al Cittadino

I punti vendita dei prodotti GNTN e dei servizi di pagamento sono supportati da un gruppo di oltre 100 persone impiegate nelle funzioni Trade Marketing e Vendite.

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

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, 3 Sales Manager, 11 Key Account, 5 Team Leader, 42 Responsabili d'Area e 24 Visual Merchandiser con il compito di gestire i prodotti SuperEnalotto, SiVince-Tutto SuperEnalotto, Vinci per la vita - Win for Life, EuroJackpot, 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", incontri sul Territorio).

La Rete Sisal Match Point

Sisal Match Point opera nel business delle scommesse ippiche e sportive con 204 agenzie scommesse e oltre 4.000 corner. La Rete di agenzie Sisal Match Point è attualmente composta da punti gestiti direttamente dal Personale Dipendente dell'Azienda (agenzie dirette) e da punti gestiti da Partner commerciali (agenzie Partner) e viene costantemente monitorata dalla struttura commerciale che si avvale di 11 Key Account a copertura del territorio nazionale.

Le agenzie del circuito Sisal Match Point offrono locali moderni, accoglienti, attrezzati e tecnologici con terminali di gioco di ultima generazione, Tv-monitor con quote in tempo reale e televisori per vivere le emozioni dello sport in diretta. È possibile scommettere online, via mobile, al telefono e attraverso una rete di agenzie e corner disponibile su tutto il territorio nazionale.

Nel 2010 è iniziato un programma di revisione del format Sisal Match Point con l'obiettivo di rinnovare la Rete di punti vendita per rispondere alle esigenze dei Consumatori e inserire nuovi prodotti.

Gli elementi distintivi di Sisal Match Point sono:

- quote stabili e competitive su tutta la Rete retail e online;
- portafoglio prodotti completo, a cui nel 2012 si è aggiunta l'offerta LIVE, con numerose proposte 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;
- ampio portafoglio di servizi di connettività a favore di concessionari privi di infrastruttura per il collegamento alla rete;

- materiale informativo sul punto vendita sempre aggiornato;
- l'offerta completa di gioco è a disposizione del pubblico con news, aggiornamenti e approfondimenti accurati. In più, tecnologia all'avanguardia per ricevere le informazioni e vivere le emozioni degli eventi su cui si è scommesso.

La Rete Sisal Entertainment

Sisal Entertainment 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. L'obiettivo di Sisal Entertainment è fornire agli Esercenti e ai Ricevitori apparecchi di gioco sempre più innovativi, garantendo al contempo qualità e sicurezza nell'interconnessione. Per questo motivo Sisal Entertainment si avvale della collaborazione di importanti Gestori di apparecchi di gioco distribuiti su tutto il territorio nazionale, veri e propri Partner Sisal Entertainment.

Sisal Entertainment conta su una Forza Vendita composta da 23 Responsabili di Area, 4 District Manager, 6 Key Account.

Nel 2010 Sisal Entertainment ha arricchito la propria Rete Distributiva con un nuovo retail concept: "Sisal Wincity – Eat, Drink, Play". Il nuovo format, che conta sei punti vendita e due in fase di progettazione, rappresenta un'eccellenza nel settore in termini di innovazione, servizio al Consumatore e performance. I punti vendita Sisal Wincity, presenti in sei città italiane, sono aperti al pubblico 7 giorni su 7, 16 ore al giorno, e offrono una gamma completa di giochi e servizi di pagamento in uno spazio accogliente, dal design innovativo.

Nelle sale Wincity è presente un servizio di ristorazione di alta qualità e un ampio palinsesto di eventi live: 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.

Nei punti vendita è presente 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.

Grande attenzione è rivolta alla sicurezza e al servizio al Consumatore. Anche il personale è 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. Il Consumatore viene supportato sin dall'ingresso con una reception che offre una prima accoglienza ai visitatori e garantisce il divieto di gioco ai minori.

Le prime due sale Wincity sono state inaugurate 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. Nel dicembre 2012 si è aggiunta la sala di Firenze.

Il dialogo con il punto vendita

Il Contact Center – Servizio Ricevitori

Ai Ricevitori è dedicato un Contact Center che fornisce una risposta rapida e competente a fronte anche della formazione effettuata periodicamente. Anche nel 2012 i livelli di servizio sulle chiamate inbound sono stati superiori al 90% e gli SLA richiesti da AAMS relativi alle pratiche GNTN sono stati pienamente rispettati. Il Contact Center opera attraverso diversi canali di comunicazione e di accesso (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 Entertainment. 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 di pagamento);
- pagine informative facilmente consultabili che aiutano il Ricevitore a reperire velocemente tutti i dati di concorso (risultati, concorsi, archivio storico);
- area allestimenti 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" è 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 Lottery e Servizi per informare i Ricevitori sui risultati raggiunti e gli 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 Corporate Social Responsibility 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

Sisal contribuisce allo sviluppo della propria Rete di ricevitorie e alla diffusione dei Valori di Sostenibilità e Responsabilità Sociale con innovativi programmi di formazione.

La formazione offerta si concentra sia sulle tematiche relative ai giochi e ai servizi di pagamento, con particolare riguardo agli aspetti normativi e alla tutela del Consumatore, sia sullo sviluppo imprenditoriale del Ricevitore.

Per quanto riguarda le tecniche didattiche, dal 2008 Sisal impiega una piattaforma di e-learning management system, ossia di formazione a distanza. La piattaforma consente l'accesso ai corsi online in modalità di auto-apprendimento in qualsiasi momento mediante un personal computer collegato a internet (24 ore su 24, 365 giorni all'anno).

Nel 2012 la piattaforma per la formazione a distanza è stata perfezionata, anche graficamente, con l'obiettivo di favorirne ulteriormente la fruibilità e coinvolgere un numero sempre maggiore di Ricevitori. Grazie all'analisi delle esigenze formative emerse nei questionari di fine corso e nei momenti di confronto con i propri Ricevitori, Sisal ha completato nel 2012 la propria offerta formativa rendendo disponibili sulla piattaforma di e-learning altri due nuovi corsi:

- “Il Marketing del tuo negozio”, corso sul Visual Merchandising e la fidelizzazione del Consumatore;
- un corso sulle modalità e le normative relative al pagamento dei premi destinati ai titolari di Punti Pagamento Premi.

Una delle priorità di Sisal in ambito formativo è accrescere il livello di consapevolezza dei Ricevitori sul Programma e l'attuazione delle norme relative al Gioco Responsabile. Proprio per questo nel 2012 Sisal ha sviluppato un corso online sul Gioco Responsabile che verrà proposto ai Ricevitori nel corso del 2013. Oltre a questi corsi specifici, è disponibile il corso di base rivolto a tutti i nuovi Ricevitori che offre gli strumenti necessari per gestire l'offerta di prodotti e servizi del Gruppo Sisal conformemente ai Valori di Gioco Responsabile.

La Community

I siti web di Sisal

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

Sisal.com è il sito istituzionale del Gruppo Sisal e ha l'obiettivo di rappresentare, in una veste grafica chiara e diretta, l'Azienda e le sue principali attività. Sisal.com è composto da sezioni che raccontano il Gruppo, la sua storia, i Valori, la crescita raggiunta negli anni, l'offerta di gioco e servizi al Cittadino, informazioni sulla Rete Distributiva e le opportunità lavorative.

Sisal.com pubblica anche tutte le iniziative relative al Programma di Responsabilità Sociale di Sisal, le attività inerenti al Gioco Responsabile e le azioni di Sostenibilità Sociale intraprese dalla Società. In questa sezione è disponibile anche l'ultima versione del Rapporto Sociale dell'Azienda che riassume gli interventi principali e i progetti promossi da Sisal in ambito di Corporate Social Responsibility. Di recente introduzione è l'area dedicata alla Rete dei Partner dell'Azienda, implementata per valorizzare le attività in corso che coinvolgono il network di Stakeholder e favorire lo scambio comunicativo.

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), concorsi a pronostico (Totocalcio, Totogol e Tris), Poker, Casinò, Slot online, Skill Games, SuperEnalotto, Vinci per la vita - Win for Life, EuroJackpot, Gratta e Vinci, Bingo e Quick Games.

Le attività di comunicazione sono fondamentali per costruire una relazione stabile e duratura. Il rapporto di Sisal.it con i suoi Giocatori inizia nella fase di registrazione, si struttura nei momenti di interazione e culmina soprattutto nell'esperienza di gioco. Sisal.it comunica con i suoi Giocatori attraverso il sito, via mail, tramite telefono con l'invio di sms, attraverso l'organizzazione di eventi sul Territorio e i principali social media. 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 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 grandi città italiane per celebrare e premiare i suoi Giocatori più fedeli e interagire direttamente con loro.

My Sisal – Programma Fedeltà: i Giocatori raccolgono punti intrattenendosi con qualsiasi gioco dell'offerta online disponibile sul sito www.sisal.it. Grazie alla versatilità del Programma Fedeltà i Giocatori accumulano punti sui loro prodotti preferiti in maniera differente. Gli stessi punti, confluendo in un saldo unico (Sisal Points), permettono al Giocatore di ottenere bonus o premi sul catalogo a disposizione.

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.

Sisalpokeracademy.it è una vera e propria Accademia del Poker basata su un innovativo concept didattico interattivo. Grazie alla collaborazione con IQ4 Poker, affermata scuola di Poker italiana che annovera alcuni tra i migliori giocatori di poker in Italia, i Giocatori dotati di conto gioco su Sisal possono seguire percorsi di apprendimento personalizzati e coordinati da Coach e Tutor professionisti. Oltre al percorso didattico interattivo, la Poker Academy offre ai suoi iscritti coaching one to one, corsi di gruppo, forum di discussione sui temi della didattica e opportunità di staking, il tutto facilitato anche dall'assistenza 7 giorni su 7 di tutor via live chat. Il servizio è riservato ai Giocatori di Sisal Poker ed è assolutamente gratuito.

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, tra cui anche Sisal, autorizzati a offrire i prodotti.

Sisalwincity.it è il sito dedicato alla catena di sale Sisal che propone un'idea innovativa di entertainment, abbinando 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 propri Consumatori. L'attività Facebook è stata avviata con la fan page SuperEnalotto e negli anni successivi è stata estesa ad altri giochi (Vinci per la vita - Win for Life, Sisal Match Point, Sisal Poker, Sisal Bingo, Sisal Casinò, EuroJackpot). Con il rafforzamento della presenza corporate anche negli ambienti digitali, nel 2013 è nata inoltre la fan page istituzionale Sisal. Le pagine permettono ai Consumatori Sisal di relazionarsi e dialogare con l'Azienda, di essere informati sulle novità e gli eventi. Nel 2012 la community Facebook di Sisal ha superato i 750.000 fan.

I siti Business to Business

La realtà web di Sisal si rivolge anche ai Business Partner: principalmente Ricevitori e Gestori Slot.

Ricevitorisital.it è il portale dei Ricevitori che consente di dialogare direttamente con l'Azienda.

Bacheca.sital.it è il sito dove nascono i sistemi che poi si possono acquistare in ricevitoria.

Gestore.sital-slot.it è il portale riservato ai Gestori degli apparecchi da intrattenimento Partner di Sisal che permette di aprire pratiche amministrative e tecniche, ricevere documenti, consultare statistiche.

I Business Partner

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 propria attività di business. Il mercato dei giochi e dei servizi 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 installazione e manutenzione HW
- Servizi di Call Center
- Media, eventi, marketing, ricerche di mercato
- Servizi di comunicazione voce e dati
- Hardware e software
- Fornitori di piattaforme di gioco
- Servizi di consulenza
- Appalti di ristrutturazione
- Servizi alla persona e agli edifici

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 tra i livelli di servizio concordati, i Service Level Agreement (SLA), e i livelli di servizio effettivamente erogati.

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

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 tra il Fornitore e l'Azienda.

I Partner Entertainment

Sisal Entertainment 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).

In particolare nel settore Videolotteries, Sisal Entertainment ha stretto importanti accordi di collaborazione e fornitura con:

- **Inspired Gaming Group:** è il fornitore leader di VLT e Sport Virtuali in Italia oltre che in altri 33 mercati nel mondo. La società è leader nel settore dei giochi in rete e gestisce oltre 35.000 endpoint sulla sua piattaforma Open SBG CORE™/VLT. Gli Sport Virtuali di Inspired sono presenti in più di 20.000 sale e online con oltre la metà dei principali bookmaker del mondo.

- **Spielo:** società canadese, che da oltre 20 anni opera nel mondo del gaming, presente in cinque continenti con più di 200.000 apparecchi di gioco attivi, dei quali circa 17.000 videolotteries in Italia.
- **Aristocrat:** società australiana leader mondiale nella fornitura di soluzioni tecnologiche all'avanguardia per l'industria internazionale del gaming. Aristocrat ha costruito la propria leadership grazie a un'ampia gamma di prodotti, dai cabinet fino ai più evoluti sistemi di gioco.
- **Bally Technologies:** la storia di questa società americana inizia nel 1932. Attualmente Bally crea e produce una vasta gamma di prodotti di gioco e sistemi tecnologicamente avanzati che si possono trovare in più di 600 sedi di gioco in tutto il mondo.

“Bally Technologies is proud to have partnered with Sisal to bring nearly 600 Video Lottery Terminals (VLTs) to Italy. Sisal is Bally's leading customer in the Italian market. This successful partnership included working hand-in-hand to make sure Bally's systems and games met approval by Italy's gaming authority. These machines can be found in Sisal's most exclusive gaming locales in Milan, Rome, Turin, Pescara, Florence, and Brescia”.

I Partner della piattaforma digitale

Playtech, società israeliana leader nella realizzazione di piattaforme di gioco online, è Partner di Sisal Match Point 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 sulla borsa di Londra con una penetrazione 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 headquarter a Vancouver e sedi in 6 nazioni nel mondo.

Il gruppo Playtech è da sempre attento alle tematiche del Gioco Responsabile, contribuendo attivamente alle iniziative della Great Foundation, una onlus inglese specializzata nelle problematiche del gioco compulsivo. È inoltre membro della Remote Gambling Association (RGA), un'associazione di categoria che ha stilato il “Social Responsibility Code”, un codice di comportamento che identifica regole di condotta relative al Gioco Responsabile.

Neogames è la società Partner di Sisal Match Point per i Quick Games, giochi istantanei offerti nell'ambito dei giochi di sorte a quota fissa. Nata nel 2005, Neogames vanta un'esperienza specializzata nei giochi “instant win”, di cui è diventata negli anni leader mondiale, ed è attualmente presente in Italia solo con Sisal.

I giochi e il sistema RNG (Random Number Generator) sono certificati da Itechlabs, un importante ente certificatore con sede in Australia.

La piattaforma di gioco di Neogames è strutturata in maniera estremamente flessibile in modo da essere adeguata di volta in volta ai diversi requisiti dei Paesi regolamentati. La policy di Neogames sul Gioco Responsabile prevede il pieno supporto al Partner nell'identificazione e gestione dei Giocatori compulsivi e nella fornitura di strumenti quali limiti di giocate e deposito, autoesclusione e controllo dei comportamenti di gioco.

Game Account Network è una società inglese 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 del poker online, la società si è specializzata su altri giochi di abilità come Backgammon e Domino. In particolare sul mercato italiano, Game Account è riuscita a ottenere un posizionamento distintivo grazie alla realizzazione di popolari giochi di carte come Briscola, Scopa e Burraco.

Come nel caso di Playtech, anche il portafoglio prodotti di Game Account e il sistema RNG (Random Number Generator) sono certificati da TST-GLI.

Dal 2011 Game Account Network è entrata anche nel mercato dei Casinò Games, svolgendo la funzione di aggregatore di piattaforme online di alcuni importanti produttori di slot, tra cui Bally, IGT e Aristocrat.

Giocaonline, società italiana specializzata nella ideazione, progettazione e realizzazione di giochi di carte online, è Partner di Sisal Match Point per l'offerta di gioco Skill Games. Avvalendosi delle migliori tecnologie, offre prodotti affidabili e ad alto livello di intrattenimento. L'esperienza di gioco e la cura di ogni singolo dettaglio che lo compone sono la forza del suo prodotto.

Grazie a una professionalità riconosciuta nel tempo e guidata dalla passione per il settore dell'intrattenimento e l'interazione multimediale, Giocaonline sviluppa progetti che nascono dall'iniziativa dei fondatori e che sono supportati da professionisti di livello nazionale e internazionale.

I giochi e il sistema RNG (Random Number Generator) sono certificati da SIQ, società di certificazione con esperienza internazionale riconosciuta da AAMS.

I Partner dei servizi di pagamento

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

- operatori leader nel settore della telefonia mobile e fissa e nel mercato della TV digitale e satellitare;
- 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;
- principali Istituti di Credito;
- società del settore del Credito al Consumo;
- aziende presenti nel settore delle spedizioni e del trasferimento di denaro.

Le Associazioni

Sisal e le Associazioni Nazionali di categoria

Negli ultimi anni i Concessionari del settore dell'intrattenimento hanno avvertito 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 l'obiettivo 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 con l'obiettivo di affermarsi quale interlocutore diretto di AAMS, nonché delle Istituzioni politiche e amministrative di riferimento.

Nel 2008 è nata anche Giochi e Società, Associazione di Concessionari che ha l'obiettivo di coinvolgere gli Operatori che condividono la necessità di costruire un dialogo trasparente e costruttivo 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 Sistema Gioco Italia si sono federate, 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 riunisce i principali ippodromi di galoppo e trotto italiani). Tutti questi soggetti sono espressione della filiera industriale del gioco pubblico italiano.

L'obiettivo della Federazione è 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 e 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 riunisce le lotterie di Stato e gli Operatori di gioco presenti in Europa (più di 70), nata nel 1999 con l'obiettivo di promuovere lo sviluppo degli Operatori di gioco europei e la collaborazione tra 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 possono 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. Nei primi mesi del 2012 Sisal ha ottenuto dalla World Lottery Association la certificazione sul Responsible Gaming al massimo livello (4°).

Dicono di Noi

Save the Children

Valerio Neri, Direttore Generale Save the Children Italia:

“ Sisal ha capito immediatamente la necessità e l’urgenza dei nostri interventi di educazione e ha condiviso pienamente il nostro modus operandi, riconoscendone la forza e il valore. Save the Children infatti studia il fenomeno della dispersione scolastica e interviene coinvolgendo non solo la scuola ma anche e soprattutto i beneficiari, ossia i giovani con le loro famiglie e gli insegnanti. Con una percentuale del 18,8% l’Italia è uno dei paesi dell’Unione Europea con il più alto tasso di dispersione scolastica. È per questo che, già dal 2010, la nostra Organizzazione è intervenuta a sostegno di molti bambini e famiglie a rischio nelle aree più marginali e vulnerabili delle nostre città. Dopo aver localizzato i nostri interventi prima nel Centro, poi nel Sud Italia, per il 2012-2013 abbiamo individuato come area di intervento la Regione Lombardia dove la dispersione scolastica registra un tasso del 18,4%. Abbiamo scelto di chiamare il nostro ultimo intervento ‘A più voci contro la dispersione scolastica’: una di queste voci è, ancora una volta, quella di Sisal, a cui siamo molto grati per il rinnovato interesse e sostegno con cui l’Azienda ci ha dimostrato fiducia anche nel 2012. ”

ItaliaCamp

Fabrizio Sammarco, Presidente ItaliaCamp:

“ Il progetto ‘Scuola d’Impresa’, che si collega spontaneamente con l’idea già realizzata della Srl per Tutti, meglio nota come Srls – Società a Responsabilità Limitata Semplificata (che ha abbattuto a un solo euro di capitale sociale minimo il costo di apertura di una nuova srl per gli under 35) – rappresenta uno dei molteplici circoli virtuosi di cui ItaliaCamp si è fatto promotore nel Paese. In effetti, grazie a un accordo ancora più sinergico tra il mondo dell’Università e l’Impresa il progetto ‘Scuola d’Impresa’, che verrà sperimentato alla Luiss Guido Carli che per prima ha creduto nelle sue potenzialità, concretizza il modello ItaliaCamp, ovvero fare squadra tra Università, Imprese e Istituzioni per trovare le soluzioni strategiche, innovative e sostenibili che il nostro Paese necessita per uscire dalla crisi. ‘Scuola d’Impresa’ rappresenta in modo esemplare il processo che ItaliaCamp ha avviato, ovvero quello di spronare le nuove generazioni a valorizzare le proprie migliori capacità creative in modo da creare lavoro senza limitarsi semplicemente a cercare lavoro. ”

Io tifo positivo

Giovanna Pasculli, project leader:

“ Abbiamo incontrato Dipendenti di Sisal molto sensibili che hanno saputo cogliere insieme a noi l’importanza e il valore del progetto. Ci hanno quindi aiutato ad arricchirlo ancora di più nei contenuti e a renderlo più efficace. In questi due anni di collaborazione Sisal non solo ci ha offerto un importante sostegno economico, ma ha anche contribuito personalmente a migliorare il progetto ‘Io tifo positivo’. Di tutto ciò i beneficiari sono stati i tanti bambini, ragazzi e genitori coinvolti nell’iniziativa. ”

Color Your Life

William Salice, Presidente Fondazione Color Your Life:

“ Continua il sostegno convinto di Sisal, Partner che dimostra con costanza ed entusiasmo di avere a cuore il futuro dei giovani con cui la Fondazione lavora con l'obiettivo di accompagnarli nel cammino della vita aiutandoli, con il supporto di professori e presidi, nel percorso di conoscenza di sé e della scoperta dei propri talenti. La Fondazione ha aperto quattro anni fa a Loano, sul Mar Ligure, il Centro Culturale COLORcampus che offre ai ragazzi ospiti, che amo definire 'i COLOR', soggiorni-studio estivi gratuiti. Proprio grazie al supporto di Sisal il numero dei COLOR è significativamente cresciuto. Questa partnership ha consentito alla Fondazione, in un contesto sociale oggi radicalmente mutato e sempre più complesso, di individuare nuovi percorsi in grado di aprire ai giovani orizzonti più ampi puntando sui mestieri d'arte, i mestieri della terra, i mestieri del mare e quelli legati al far 'turismo tutto l'anno', settori oggi da tutti riconosciuti come una delle eccellenze italiane di maggior valore. Siamo molto soddisfatti di poter continuare a lavorare insieme a Sisal per diffondere tra i giovani queste nuove opportunità professionali che, combattendo la dispersione scolastica, li potranno condurre a essere un giorno maestri d'arte, guidati dalla passione e soddisfatti del proprio lavoro. ”

Piccolo Teatro di Milano

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

“ Teatro pubblico: teatro per il pubblico. Proprio per questo fondato su valori condivisi, ma soprattutto sulla costante ricerca di nuovi valori da costruire, da cercare nella cultura delle differenze, non vissuta come una minaccia alla nostra identità ma come costruzione di un futuro reale che unisca generazioni, lontano da retoriche giovanilistiche. Assunzione di responsabilità per tramandare domande che il Piccolo si è sempre posto per condividere la ricerca, essenziale proprio perché complessa, di futuro per le generazioni di nuovi cittadini. È per questa profonda convinzione, che ci unisce a Sisal, che dal 2013 il Chiostro di via Rovello porta il nome di Nina Vinchi, che con Paolo Grassi e Giorgio Strehler ebbe il coraggio e la responsabilità, tra le macerie del dopoguerra, di credere nel Teatro e nella cultura per far rinascere il senso di appartenenza di tutti alla città da ricostruire. Ora, tra nuovi spaesamenti, tra nuove culture e storie che si intrecciano, il Chiostro Nina Vinchi si è affermato, è vissuto, come luogo riscoperto, per indagare su ciò che unisce intorno a una città ancor più complessa, ancor più difficile da decifrare, ma per questo ancor più viva. Una quarta 'sala' del Piccolo, aperta dalla mattina alla notte agli spettatori, agli studenti, agli artisti, ai cittadini, alla 'gente'. Nel corso della Stagione 2012-2013, al Chiostro Nina Vinchi si sono succeduti confronti, letture e proiezioni che hanno coinvolto oltre 10.000 giovani. Tra le lingue parlate nelle attività del Chiostro: arabo, cinese, francese, greco, inglese, russo, spagnolo e tanti dialetti di tutto il nostro Paese. Una realtà, ritrovata, dopo che per anni Milano l'aveva nascosta ai suoi cittadini, che reinterpretava pienamente l'idea di 'Teatro d'arte per tutti' da cui il Piccolo è nato, in un rapporto ininterrotto, quando più se ne sente la necessità, tra città come 'luogo' e città vissuta. ”

Art For Business

Valeria Cantoni, Presidente Art For Business:

“ È raro collaborare con un'Azienda che entra così generosamente all'interno del processo di costruzione di un progetto come è accaduto per Art For Business Mentorship. Riconosco in questo coinvolgimento il valore della collaborazione con Sisal, che sin dall'inizio si è messa in ascolto e ha facilitato lo sviluppo di un percorso sperimentale intrapreso insieme. Art For Business e Sisal hanno creduto nel progetto e ne hanno condiviso gli sviluppi, riconoscendone via via opportunità e criticità. In particolare, Art For Business ha messo al centro del percorso il valore della trasmissione della conoscenza per chi si sta affacciando al mondo del lavoro e si è adoperata per favorire il confronto tra i maestri e le allieve. ”

Telethon

Alessandro Betti, Direttore Raccolta Fondi della Fondazione Telethon:

“ Dietro ogni malattia genetica rara c'è una persona unica che ha diritto di ricevere attenzione e di sperare in una cura. Il Gruppo Sisal sostiene la Fondazione Telethon dal 2005 e in questi anni ha contribuito con oltre 800.000 euro al finanziamento della nostra ricerca scientifica. Dal 2010 i fondi raccolti con il prezioso lavoro delle ricevitorie Sisal sono stati destinati all'adozione di due importanti progetti di ricerca: il primo, '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; il secondo progetto, '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. ”

Fondazione Umberto Veronesi

Paolo Veronesi, Presidente Fondazione Umberto Veronesi:

“ Siamo grati a Sisal che ha scelto di promuovere una raccolta fondi a favore della Fondazione Umberto Veronesi. Dal 26 settembre al 21 ottobre 2012 tutte le ricevitorie Sisal hanno accolto donazioni libere e disgiunte dal gioco. I fondi sono stati interamente destinati a un progetto di ricerca sui nuovi farmaci contro il tumore al seno. Obiettivo del progetto è migliorare la risposta ai nuovi farmaci e, in particolare, studiare i meccanismi con cui le cellule tumorali diventano resistenti al trastuzumab, un anticorpo molecolare utile nelle forme di cancro al seno che presentano una sovraespressione del recettore HER2 e che costituiscono poco meno di un terzo dei casi. ”

AriSLA

Renato Pocaterra, Segretario Generale AriSLA:

“ Le nostre campagne di raccolta fondi sono sempre mirate a un obiettivo concreto, a sostegno di un progetto di ricerca specifico da noi finanziato. La collaborazione con Sisal ha permesso di contribuire allo studio SardiniALS, guidato dal professor Adriano Chiò, direttore del Centro SLA del Dipartimento di Neuroscienze dell’Ospedale San Giovanni Battista – Molinette di Torino, in collaborazione con il dottor Giuseppe Borghero della Clinica Neurologica dell’Azienda Ospedaliero-Universitaria di Cagliari, con la professoressa Maura Pugliatti del Dipartimento di Neuroscienze presso l’Università degli Studi di Sassari e con il professor Bryan Traynor del National Institute of Health di Bethesda, Stati Uniti. Il progetto intende identificare alcune cause della Sclerosi Laterale Amiotrofica attraverso l’analisi dell’elevata incidenza della malattia nella popolazione di origine sarda. Con il suo contributo, Sisal non solo è diventata Ente adottante del progetto, ma grazie alla sua diffusione capillare sul Territorio ci ha offerto anche la possibilità di sensibilizzare l’opinione pubblica in merito alla SLA. ”

Make-A-Wish Italia®

Sune Frontani, Presidente Make-A-Wish Italia®:

“ Make-A-Wish Italia® è un’associazione non profit che io e mio marito Fabio abbiamo fondato nel 2004 per ricordare nostra figlia Carlotta, mancata a causa di una grave malattia. Make-A-Wish Italia® ha l’obiettivo di realizzare i desideri di bambini colpiti da malattie che mettono a rischio la loro sopravvivenza non solo per donare loro gioia e speranza, ma anche per aiutarli a ritrovare la forza di combattere e affrontare le cure. Sisal ci affianca da tre anni, e in tutto questo periodo ha dimostrato di credere nel nostro progetto sostenendoci in ogni occasione con i propri eventi aziendali. Sisal è il nostro Platinum Sponsor, e ne vado molto fiera. In questi tre anni ho potuto apprezzare la serietà e il forte impegno nel sociale di questa grande Azienda e la sensibilità di chi ci lavora. Avere un Partner come Sisal ci rassicura, ci aiuta a credere che questo progetto può proseguire nel tempo e che la nostra missione può raggiungere tutti i bambini italiani. Le richieste dei bambini che lottano contro gravi malattie e che ripongono in noi la speranza di veder realizzato il loro più grande desiderio sono sempre più numerose e non è facile trovare le risorse necessarie per accontentarli tutti, soprattutto in questi anni di crisi. È per questo che il sostegno finanziario di Sisal nel 2012 è stato determinante e ci ha consentito di accogliere le tantissime segnalazioni degli ospedali o dei bambini stessi. Aggiungo con orgoglio che, anche quest’anno, abbiamo potuto destinare l’83% delle risorse alla missione e che ci impegniamo a proseguire il nostro operato con la stessa serietà e trasparenza di sempre. Concludo ringraziando Sisal con tutto il cuore e augurandomi di poter continuare a contare sul supporto di questa Azienda straordinaria. ”



The background of the slide features several dark silhouettes of hands reaching upwards from the left side, set against a teal gradient background. The hands are in various positions, some with fingers spread, suggesting a collective effort or reaching for a goal.

4.

LA SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

4.

L'attenzione verso l'Ambiente è un requisito fondamentale nell'ambito del Programma di Responsabilità Sociale dell'Azienda.

Sisal concretizza il proprio impegno verso il rispetto ambientale attraverso specifici progetti, tutti accomunati dall'obiettivo di ridurre l'inquinamento e lo spreco di Risorse.

Tutti i Dipendenti e i Collaboratori dell'Azienda sono quindi chiamati ad adottare comportamenti e atteggiamenti volti a una corretta ed equilibrata gestione delle Risorse.

L'impegno di Sisal nei confronti dell'Ambiente si declina attraverso le seguenti azioni:

1. Raccolta differenziata
2. Risparmio energetico
3. Riduzione dei consumi
4. Riduzione dell'impatto ambientale
5. Iniziative a favore della Comunità

La raccolta differenziata

Il corretto smaltimento dei rifiuti è uno degli ambiti principali in cui l'Azienda e i suoi Dipendenti concretizzano il proprio impegno nei confronti dell'Ambiente. In tutte le sale ristoro e in tutte le aree vicino alle stampanti sono stati collocati contenitori per la raccolta differenziata di vetro, plastica, latta e carta. Inoltre, un simpatico sistema di controllo casuale ricorda ai Dipendenti i comportamenti corretti. Le Persone di Sisal hanno dimostrato grande attenzione nei confronti della raccolta differenziata e i loro comportamenti corretti hanno garantito all'Azienda di non incorrere in alcuna sanzione.

Il risparmio energetico

Dopo i buoni risultati ottenuti nell'ambito della raccolta differenziata Sisal ha deciso di lanciare un'iniziativa volta al risparmio energetico. Attraverso slogan come "Più attenzione – Meno illuminazione" i Dipendenti sono stati sensibilizzati su alcuni piccoli gesti quotidiani da mettere in pratica la sera, prima di uscire dall'Azienda, cominciando dallo spegnimento degli apparecchi elettronici e delle luci del proprio ufficio.

La riduzione dei consumi

In Sisal la riduzione dei consumi si concentra soprattutto sul risparmio di carta.

Riduzione consumo carta termica

La riorganizzazione dei flussi logistici è un'attività di gestione delle spedizioni e delle consegne ai punti vendita che ha permesso una significativa riduzione del consumo di rotoli di carta termica utilizzati dai terminali da gioco Extrema, Leonardo, Microlot e Xpos. Dai 1.262.000 rotoli del 2010, pari a 204.852.874 metri di carta, si è passati nel 2011 a 1.008.038 rotoli per un totale di 151.502.020 metri di carta, con un risparmio di circa 53.350.854 metri. Nel 2012, l'attivazione di nuovi processi di ottimizzazione da parte della Divisione Logistica ha permesso a Sisal di registrare un ulteriore risparmio di 25.334.256 metri di carta rispetto al 2011, a fronte di un consumo di 960.087 rotoli, pari a 126.167.764 metri di carta.

Sgrammatura dei rotoli di carta termica

Anche nel 2012 la Rete Sisal ha confermato il proprio impegno nella riduzione del consumo di carta nei punti vendita attraverso la diminuzione della grammatura delle schede Gioca Facile. Nello specifico, nei mesi di novembre e dicembre 2012 è stata ridotta la grammatura dei biglietti Gioca Facile da 130 a 115 grammi al metro quadrato. Grazie a questo intervento si è verificato un risparmio di circa 2 tonnellate di carta, pari al 13%, non solo nell'acquisto e nella distribuzione ma anche nell'uso della carta stampata.

È importante sottolineare inoltre che le ripercussioni e i vantaggi di questa scelta implicheranno per il 2013 e per gli anni a seguire un risparmio complessivo di carta che si aggira intorno a 22 tonnellate annue.

A ciò si aggiunge che Sisal ha selezionato come Partner solo quei Fornitori di carta termica che garantiscono e certificano l'assoluta assenza di bisfenoli (in particolare di bisfenolo A) in tutti i processi di produzione.

Il consumo di carta del Gruppo Sisal

Dati 2011	Totale annuo di fogli utilizzati dal Gruppo Sisal*	9.191.500
	Consumo annuale di fogli per Dipendente	7.266
Dati 2012	Totale annuo di fogli utilizzati dal Gruppo Sisal*	6.662.000
	Consumo annuale di fogli per Dipendente	4.230

*Sono escluse le Agenzie Match Point e le sale Wincity

Da gennaio 2013 Sisal ha deciso di sostituire i quotidiani cartacei con la loro versione online. Ciò ha comportato, oltre alla totale eliminazione della carta, anche un notevole risparmio economico. L'Azienda ha anche predisposto un sistema interno di gestione delle stampanti multifunzione che, secondo le previsioni, consentirà di ottenere un abbattimento del consumo di carta e toner pari a circa il 30%.

La riduzione dell'impatto ambientale

Certificazione FSC®

Dal luglio 2010 a oggi la Divisione Logistica Sisal ha rivisto il parco di tutti i propri Fornitori selezionando coloro che, garantendo un buon livello qualitativo e competitivo, avessero dimostrato una maggiore attenzione ambientale. Attualmente tutti i Fornitori di materiali da gioco della Logistica sono certificati FSC® (Forest Stewardship Council).

Il marchio FSC® certifica la provenienza della carta da foreste gestite in maniera corretta e responsabile secondo rigorosi standard ambientali, sociali ed economici. Dal 2012 tutti i rotoli di carta termica distribuiti da Sisal riportano sul retro, oltre al logo FSC®, anche la scritta "Carta

rispettosa dell'ambiente e della salute", a testimonianza dell'impegno assunto dall'Azienda a favore dell'Ambiente.

FSC® è una ONG internazionale, indipendente e senza scopo di lucro che include tra i suoi membri gruppi ambientalisti e sociali, comunità indigene, proprietari forestali, industrie che lavorano e commerciano il legno, scienziati e tecnici che operano insieme per migliorare la gestione delle foreste in tutto il mondo. Il Gruppo FSC® Italia è un'Associazione nata nel 2001 e riconosciuta ufficialmente nel 2002 da FSC® International che si dedica a numerose attività, tra cui:

- la definizione di standard di buona gestione forestale conformi ai principi e ai criteri del FSC® International e adatti alle diverse realtà forestali del territorio italiano;
- l'offerta di assistenza tecnica e approfondimenti sulla certificazione FSC®;
- la promozione del marchio FSC® e la vigilanza ai fini del corretto uso del medesimo;
- lo scambio di know-how e informazioni tra i soggetti coinvolti nella gestione forestale e nel settore della lavorazione del legno;
- la promozione di studi e progetti pilota sui temi della gestione forestale sostenibile, della certificazione e del mercato dei prodotti forestali certificati.

Introduzione delle auto elettriche nel parco auto aziendale

Sisal ha in dotazione quattro auto elettriche riservate ai Dipendenti per gli spostamenti di lavoro all'interno delle città di Milano e Roma.

Queste auto non inquinano e possono circolare anche in caso di fermo del traffico. Tra i vantaggi vi è inoltre la circolazione gratuita nell'Area C a Milano e la sosta gratuita nei parcheggi a pagamento nelle zone con strisce blu a Roma.

Eliminazione delle buste di plastica nella distribuzione alla Rete

In un'ottica di maggior cura e attenzione nei confronti dell'Ambiente, l'Azienda ha scelto di consegnare i materiali di gioco alle ricevitorie evitando l'utilizzo di buste di plastica. Ciò implica un ulteriore impegno da parte della Divisione Logistica per quanto riguarda il controllo e la distribuzione dei materiali.

Ottimizzazione dei processi logistici

Sisal ha rivisto e riorganizzato i propri processi logistici al fine di ottimizzare le spedizioni ed eliminare le eccedenze di consumo in termini di consegne e ritiri dei materiali. Il processo di controllo e revisione di tutte le forniture e dei servizi logistici ha coinvolto un numero rilevante di possibili Fornitori presenti sul mercato e ha portato a stabilire nuove partnership. L'attività di analisi e implementazione di tutti i processi logistici, iniziata nel 2010, è in continua evoluzione in quanto sottoposta a una costante ricerca di miglioramento. La Divisione Logistica Sisal è quindi impegnata ad adottare procedure di gestione delle movimentazioni che tengano costantemente sotto controllo l'impatto delle attività dell'Azienda sull'Ambiente, prestando particolare cura alla sua salvaguardia.

I principali strumenti della revisione dei processi logistici sono:

- il calendario delle spedizioni nazionali;
- la realizzazione di un nuovo modello logistico ottimale, progettato espressamente sulle necessità dell'Azienda;
- il controllo costante e in tempo reale delle scorte presso le ricevitorie;
- il tracking, in tempo reale, delle spedizioni con rilevazioni GPS;
- la riduzione delle emissioni di CO₂. Nel 2011 la riorganizzazione dei processi logistici ha permesso una riduzione annuale di CO₂ immessa nell'atmosfera per movimentazione mezzi pari a 525,55 tonnellate rispetto al 2010. Nel 2012 il processo di ottimizzazione ha comportato un'ulteriore riduzione di 75 tonnellate.

Utilizzo del programma Stock Store

Il programma Stock Store prevede la gestione e il controllo delle scorte e dei riordini di materiali presso le ricevitorie, ma anche il monitoraggio del consumo di carta e il richiamo a un utilizzo responsabile.

Scelta di un Fornitore sostenibile per la gestione dei servizi di ristoro

L'Azienda Fri70, che si occupa della gestione dei servizi di ristoro Sisal, offre un servizio "a impatto zero" grazie ad alcune pratiche virtuose: un sistema di moduli fotovoltaici che produce l'energia necessaria per gli uffici e i magazzini; la raccolta di acqua piovana per soddisfare le necessità dell'Azienda; l'utilizzo di automezzi e furgoni a metano (euro 5); la scelta di distributori automatici a basso consumo energetico e a bassa emissione di CO₂. Inoltre Fri70, in linea con la propria politica di sviluppo, ha conseguito la certificazione ambientale secondo la Norma UNI EN ISO 14001.

Certificazione "100% Energia Pulita"



Sisal ha scelto di utilizzare energia proveniente da fonti rinnovabili e il suo impegno è stato premiato nel 2012 con il certificato di garanzia "100% Energia Pulita" rilasciato da Energetic Source, il Fornitore di riferimento, a testimonianza che l'energia consumata è prodotta da impianti interamente alimentati da una fonte rinnovabile.

Inoltre, la Divisione Logistica Sisal ha avviato un progetto per invitare i propri Fornitori ad approvvigionarsi unicamente con energia rinnovabile.

- **Impegni 2013** ➤ **Ulteriore diminuzione delle grammatura dei biglietti Gioca Facile con un risparmio di carta annuo stimato in 22 tonnellate**
- **Progettazione e implementazione di un sistema di Gestione Ambientale conforme alla Norma UNI EN ISO 14001:2004 a cura della Divisione Logistica dell'Azienda**

La certificazione secondo la Norma ISO 14001 è una certificazione volontaria a cui aderiscono Aziende o Enti che hanno una particolare sensibilità e predisposizione verso l'Ambiente e la sua tutela. I certificatori UNI EN ISO 14001:2004 valutano periodicamente la conformità dell'organizzazione logistica e attuano procedure efficaci, nonché verifiche ispettive interne, per il riesame da parte della Direzione.

In questo modo Sisal garantirà una politica ambientale idonea alla natura, alle dimensioni e agli impatti ambientali delle proprie attività, dei propri prodotti e servizi. Questo permetterà non solo di individuare, controllare e/o influenzare le ripercussioni sull'Ambiente, ma anche di definire obiettivi ambientali misurabili partendo, ove possibile, dalla normativa del settore e da fattori ambientali significativi. L'Azienda dovrà inoltre garantire che tutti i suoi Dipendenti siano consapevoli di un impegno nei confronti dell'Ambiente che investe l'intero sistema di gestione.

Il progetto Certificazione Ambientale UNI EN ISO 14001 prevede diversi passaggi: l'analisi ambientale dei siti Sisal, l'attivazione di procedure conformi alla Norma ISO 14001 e l'implementazione degli aspetti organizzativi a tutela dell'Ambiente, la definizione della Politica aziendale in favore dell'Ambiente, l'individuazione degli obiettivi aziendali e delle relative attività in materia ambientale, la redazione e la diffusione al Personale del Manuale per la Gestione Ambientale. A conclusione di questi interventi, verranno realizzate le verifiche ispettive interne e infine verrà effettuato l'Audit dell'Ente di Certificazione.

Le iniziative a favore della Comunità

L'impegno di Sisal nei confronti dell'Ambiente si manifesta anche attraverso iniziative a favore della Comunità.

Bike sharing in Sisal Wincity

Con il progetto di bike sharing, l'Azienda ha messo a disposizione alcune postazioni di biciclette all'esterno delle sale Sisal Wincity che, oltre a essere spazi di incontro e di aggregazione dedicati all'intrattenimento, sono diventate un punto di riferimento per tutti i Cittadini che vogliono usare le due ruote.

Il progetto a favore della mobilità sostenibile, pensato su scala nazionale, si è inaugurato a Brescia nell'aprile 2012 in occasione dell'iniziativa Bicimia che Sisal ha deciso di sponsorizzare promuovendo sei stazioni di bike sharing – per un totale di 100 biciclette – con l'obiettivo di sensibilizzare i Cittadini all'uso comodo, facile e soprattutto a impatto zero delle biciclette in città.

Anche a Torino, il primo anniversario dell'apertura di Sisal Wincity è avvenuto in concomitanza con la promozione di un'altra iniziativa di bike sharing. Questa volta Sisal ha lavorato a fianco del Comune di Torino e del Comitato Parco Dora. Le postazioni di bike sharing torinesi sono state inaugurate nel corso di una conferenza stampa il 23 aprile 2012.

Enzo Lavolta, Assessore all’Innovazione, allo Sviluppo e alla Sostenibilità ambientale della Città di Torino, intervenuto alla conferenza stampa di presentazione del progetto, ha dichiarato:

“Oggi inauguriamo una nuova postazione, realizzata col contributo di Sisal; un ulteriore passo avanti utile all’implementazione di un servizio che nei due anni dalla sua attivazione ha conosciuto una crescita costante e continua di gradimento tra i Cittadini. La nostra Amministrazione crede nello sviluppo di questo importante servizio: è cominciata una seconda fase del progetto che intende portare le bici anche in periferia. Non solo il centro cittadino, ma anche – come in questo caso – aree più lontane che hanno conosciuto, dopo la dismissione dei siti industriali, una nuova vocazione urbanistica con insediamenti residenziali e commerciali. La partecipazione delle Aziende del Territorio è utile anche per coinvolgere i Dipendenti nell’importante lavoro di sensibilizzazione all’utilizzo della bici come alternativa all’auto privata.”

Alla conferenza stampa ha partecipato anche Claudio Cerrato, Presidente della Circoscrizione 4, che, oltre a ringraziare Sisal per il suo contributo, ha aggiunto:

“Con questo accordo si consolida il rapporto di collaborazione tra la Città, la Circoscrizione e Sisal. Una sinergia tra pubblico e privato che si sviluppa con interventi diretti sul Territorio finalizzati a offrire sempre nuove opportunità alla cittadinanza. Rimane vivo l’auspicio che tali forme di collaborazione possano rafforzarsi e consolidarsi attraverso un iter condiviso e omogeneo legato non solo a occasionali iniziative, ma a un rapporto sempre più stretto tra la Città e i soggetti privati che ne fanno parte.”

RICORDATI DI SPEGNERE

Ieri in questo ufficio è rimasta accesa...

- la luce dell'ufficio**
- il PC**
- la spia monitor del PC**

Lasciare accese luci, PC e spie di apparecchi elettronici quando non si è presenti in ufficio è uno spreco inutile che contribuisce alla produzione di CO₂.

ILLUMINIAMOCI... di meno

ATTENZIONE:

NEL CESTINO ABBIAMO TROVATO...

- Carta**
- Plastica**
- Lattine e/o alluminio**
- Vetro**

Ricordati che nel cestino
va solo l'INDIFFERENZIATA!!!

Aiutaci a fare la DIFFERENZA!



An aerial photograph of a green field, possibly a park or sports field, with several large, dark shadows of hands holding each other in a circle. The shadows are cast from the top right towards the bottom left. The field is divided into sections by lines, and there are some small blue markers or lights scattered across it.

5.

**LA SOSTENIBILITÀ
ECONOMICA**

5.

Sisal persegue un modello di crescita sostenibile che guarda allo sviluppo economico della Società con l'obiettivo di rispondere alle esigenze non soltanto degli Shareholder, ma di tutti i portatori di interesse. In quest'ottica vanno valutati sia gli importanti risultati già conseguiti dal Gruppo sia le strategie di lungo termine orientate al benessere delle generazioni future.

Sostenibilità come creazione di valore duraturo

Con particolare riferimento al mercato dei giochi, la presenza del Gruppo si è nel tempo alquanto diversificata ed estesa alla maggior parte dei comparti esistenti: dai prodotti di ricevitoria come i Giochi Numerici a Totalizzatore Nazionale (GNTN), quali SuperEnalotto, SuperStar, Vinci per la vita - Win for Life e SiVinceTutto SuperEnalotto, agli apparecchi da intrattenimento (Slot e VLT), che si stanno affermando in modo crescente nei punti vendita che integrano per le loro caratteristiche strutturali gaming ed entertainment, fino ai principali prodotti di gioco online il cui peso sul mercato è passato dal 2,5% del 2007 al 17,8% del 2012.

Nel 2012 il mercato dei giochi legali in Italia ha registrato una raccolta complessiva di circa 87 miliardi di euro, con un incremento di circa 7 miliardi di euro (+9%) rispetto al 2011 (80 miliardi di euro) e un fattore di crescita medio nel periodo 2007-2012 di circa il 16%. Tale risultato, in controtendenza rispetto all'andamento di molti altri comparti dell'economia nazionale, mantiene il settore in una posizione di assoluta preminenza nel contesto economico del Paese, nonostante il notevole incremento del pay out, ovvero la frazione della raccolta che torna ai Giocatori sotto forma di vincite, che è passato dal 68,2% nel 2007 all'80,7% nel 2012, raggiungendo un valore pari a quasi 70 miliardi di euro. Tale significativo importo è tornato pertanto ai Giocatori sotto forma di vincite grazie anche all'introduzione di giochi con pay out sempre maggiori, fino ad arrivare ai nuovi giochi online che presentano pay out intorno o addirittura superiori al 97%.

Nel periodo 2007-2012 anche la spesa reale del pubblico, definita come differenza tra la raccolta complessiva e le vincite erogate, è cresciuta a un tasso medio pari a circa il 4,9%, sebbene nel 2012 sia risultata inferiore rispetto al 2011 di circa 1,3 miliardi di euro (per un controvalore complessivo pari a circa 16,7 miliardi di euro) a causa della crescita del pay out e della generale ulteriore contrazione dei consumi registrata nel nostro Paese nel corso dell'ultimo anno.

Complessivamente, nel corso del 2012 il Gruppo Sisal ha raccolto 13,8 miliardi di euro (+3%) grazie alla forte crescita del comparto servizi (5,9 miliardi +11%) e alla tenuta del settore dei giochi (7,9 miliardi, sostanzialmente in linea con la precedente annualità).

I ricavi consolidati ammontano a 823.396 migliaia di euro, in diminuzione del 5,3% rispetto ai 869.840 migliaia di euro del 2011. Nella tabella seguente vengono riassunti gli altri principali dati economico-reddituali e la loro dinamica nell'ultimo triennio.

	2012	2011	2010
Totale Ricavi e Proventi	823.396	869.840	735.975
Margine Operativo Lordo	149.054	189.454	166.562
Reddito Operativo Netto (EBIT)	31.824	56.373	70.448
Risultato netto	(39.804)	(29.346)	(12.874)
ROI	2,9%	5,0%	6,1%
ROS	3,9%	6,5%	9,6%
ROE	-87,4%	-34,6%	-11,3%

Dati in migliaia di euro

Nel corso del 2012 l'andamento della gestione dei giochi in Italia ha risentito di fattori congiunturali negativi, quali la stagnazione dei consumi (con impatto in particolare sul comparto dei giochi tradizionali/lotterie), l'incremento della tassazione sulla raccolta derivante dagli apparecchi da intrattenimento di ultima generazione (VLT), l'anomala contrazione della marginalità registrata da tutti gli Operatori del comparto delle scommesse sportive a quota fissa per la concomitanza, ripetuta in diversi periodi dell'anno, di eventi sfavorevoli al "banco" e infine, per quanto riguarda più specificamente il Gruppo, l'applicazione di una penale convenzionale una-tantum di 16,5 milioni di euro per il mancato raggiungimento dei livelli minimi garantiti di raccolta dei giochi GNTN, senza la quale la redditività operativa lorda sarebbe risultata di circa 166 milioni di euro.

Il Gruppo ha reagito a queste circostanze sfavorevoli ampliando e diversificando costantemente la propria offerta e intensificando la politica di controllo e ottimizzazione delle proprie strutture di costo. Anche grazie a questi sforzi è stato pertanto possibile consuntivare livelli di redditività lorda e operativa che, congiuntamente a un'attenta gestione del capitale circolante aziendale, hanno consentito al Gruppo di sostenere per circa 60 milioni di euro un'ulteriore significativa campagna di investimenti finalizzata al rinnovo, ammodernamento e potenziamento delle infrastrutture sistemiche e tecnologiche e al contempo far fronte alle proprie obbligazioni finanziarie, come testimoniato dal rispetto puntuale e sistematico dei parametri di garanzia ("covenant") previsti dai principali contratti di finanziamento in essere.

Il contributo di Sisal alla fiscalità generale

La significativa dimensione del mercato dei giochi in Italia, pari a circa il 5,5% del PIL nazionale (rispetto al 5% del 2011) in termini di raccolta lorda e a circa l'1,1% del PIL (rispetto all'1,2% del 2011) in termini di spesa reale del pubblico, apporta grandi benefici alla finanza pubblica. Nel 2012 le entrate erariali complessive derivanti dai giochi si sono attestate a circa 8,7 miliardi di euro, con un tasso di crescita medio negli ultimi 5 anni di circa 0,5%, in diminuzione rispetto al trend consuntivato a fine 2011 per effetto degli andamenti sopra illustrati.

Di questi 8,7 miliardi di euro, circa 1,3 miliardi derivano dalla raccolta di giochi Sisal e di questi circa 0,8 miliardi di euro sono relativi ai prodotti della famiglia GNTN (SuperEnalotto, SuperStar, Vinci per la vita - Win for Life, SiVinceTutto SuperEnalotto e il nuovo prodotto EuroJackpot) che sono tra i più amati e conosciuti dal Pubblico, ma anche tra 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.

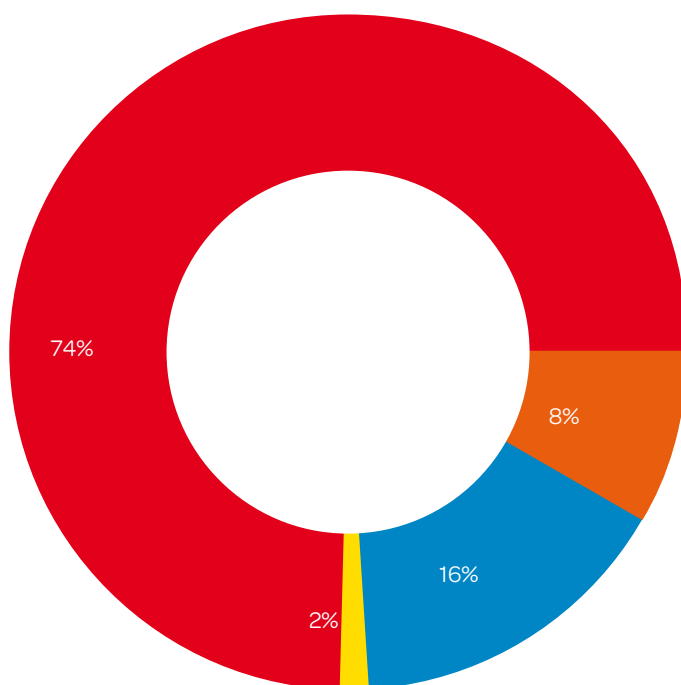
Per definire un quadro complessivo dei flussi finanziari derivanti dalla gestione dei giochi è necessario identificare i vari protagonisti coinvolti nel settore: Giocatori, punti vendita (ricevitorie, agenzie e negozi ippici e sportivi, sale giochi, etc.), Concessionari, altri soggetti della filiera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

A fronte dei volumi di raccolta sopra indicati, nel 2012 il pay out complessivo del mercato è risultato pari a circa l'81% della raccolta; ai Giocatori sono stati quindi distribuiti in vincite circa 70 miliardi di euro rispetto ai 62 dell'anno precedente (+13%). Il rimanente, pari a circa il 9,3% della raccolta al netto dei prelievi erariali, è andato alle Società Concessionarie e alla filiera di raccolta sul Territorio.

Pertanto, con riferimento in specifico alle attività del Gruppo Sisal nel 2012, le voci da considerare sono:

- la raccolta, che è stata pari a circa 7,9 miliardi di euro;
- le vincite complessivamente erogabili, che sono state pari a circa 5,8 miliardi di euro (circa il 74% della raccolta contro il 69% del 2011);
- 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 0,6 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 1,3 miliardi di euro (equivalenti a circa il 16% della raccolta, contro un dato complessivo di mercato di circa il 10%).

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



Dati 2012	
■ Montepremi	
■ Erario	
■ Ricevitori	
■ Concessionario/filiera Slot	

La produzione e la distribuzione della ricchezza generata

Di seguito sono riportati i dati economici consolidati 2012 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 28,7% del Valore della Produzione; il Netto è pari al 14,4%. Non ci sono finanziamenti significativi ricevuti dalla Pubblica Amministrazione.

Il Gruppo non ha subito sanzioni significative per non conformità a leggi o regolamenti; in tale categoria non si può infatti includere la già citata "penale GNTN", per complessivi 16,5 milioni di euro, che l'Ente concedente ha irrogato a Sisal S.p.A., Società Concessionaria del Gruppo, per non aver raggiunto i minimi garantiti di raccolta nell'ultimo bimestre di monitoraggio (maggio-giugno 2012) sui 18 bimestri previsti dalla relativa Convenzione. Tale penale è stata puntualmente stanziata nei costi dell'esercizio 2012 e ha contribuito come onere una-tantum (e pertanto non ricorrente) alla riduzione della redditività del periodo in esame.

Determinazione del Valore aggiunto

		2012	%
A	Valore della produzione	823.396	100,0%
	Ricavi delle vendite e delle prestazioni	823.396	
B	Costi intermedi di produzione	587.491	71,3%
	Consumi di materie prime, sussidiarie e di consumo	13.345	
	Costi per servizi	519.024	
	Costi per godimento beni di terzi	16.446	
	Accantonamenti per rischi	(4.698)	
	Oneri diversi di gestione	43.374	
	VALORE AGGIUNTO CARATTERISTICO LORDO	235.905	28,7%
	Proventi finanziari	4.343	
	VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO	240.248	29,2%
	Ammortamenti, svalutazioni e ripristini di valore	121.974	
	VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO	118.274	14,4%

Dati in migliaia di euro

Il Valore aggiunto Globale Netto nel 2012 si è attestato a 118,3 milioni di euro ed è stato così ripartito tra gli Stakeholder:

- il 64,3% è stato distribuito ai Dipendenti, sotto forma di retribuzione e senza considerare i costi indiretti;
- il 4,3% è l'ammontare distribuito alla Pubblica Amministrazione attraverso imposte dirette e indirette;
- il 61,9% a remunerazione dei Finanziatori per il capitale di credito;
- -33,7% è l'incidenza della perdita netta aziendale sul Valore aggiunto Globale;
- il 3,1% è stato destinato a favore delle Comunità locali.

Distribuzione del Valore aggiunto

		2012	%
A	Remunerazione del Personale	76.051	64,3%
	Costi per il Personale	70.458	
	TFR	5.593	
B	Trasferimenti alla Pubblica Amministrazione	5.094	4,3%
	Imposte dirette	2.664	
	Imposte indirette	2.430	
C	Remunerazione del capitale di credito	73.262	61,9%
	Oneri per capitali a breve termine	814	
	Oneri per capitale a lungo termine	72.448	
D	Remunerazione del capitale di rischio	0	0,0%
	Utili distribuiti a soggetti terzi al Gruppo	0	
E	Remunerazione dell'Azienda	(39.804)	-33,7%
	Utili non distribuiti	(39.804)	
F	Trasferimenti alle Comunità	3.671	3,1%
	Tasse e imposte locali	1.902	
	Liberalità	498	
	Sponsorizzazioni	1.271	
VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO		118.274	100,0%

Dati in migliaia di euro

Nota metodologica

Il Rapporto Sociale di Sisal, quest'anno giunto alla sua quarta edizione, è il principale strumento di rendicontazione, comunicazione e programmazione delle attività di Responsabilità Sociale del Gruppo. Questo documento illustra a tutti gli Stakeholder le iniziative di Corporate Social Responsibility dell'Azienda e comunica con assoluta trasparenza non solo le attività già svolte ma anche le future linee di sviluppo, ponendo particolare attenzione al legame tra le strategie aziendali e le relazioni con gli Stakeholder.

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

Il Rapporto Sociale Sisal è redatto ispirandosi alle Linee Guida del GRI – Global Reporting Initiative e del GBS – Gruppo di Studio per il Bilancio Sociale.

Il Rapporto Sociale 2012 ha un'impostazione che, seppur in continuità con quella delle precedenti edizioni, presenta alcune novità:

- Massima attenzione dell'Azienda verso i propri portatori di interesse.
- Maggiore rilevanza data alla rendicontazione di elementi quantitativi e qualitativi, anche in accordo con gli indicatori internazionali del Global Reporting Initiative (GRI).
- Maggiore spazio dedicato alle tematiche di Sostenibilità Ambientale e agli aspetti logistici e organizzativi dell'Azienda in riferimento alla salvaguardia ambientale: Sisal è sempre più sensibile e attenta nei confronti dell'utilizzo e del risparmio delle Risorse.

Perimetro di riferimento e periodo di rendicontazione

Il perimetro di riferimento del Rapporto Sociale 2012 coincide con quanto incluso nel Bilancio Consolidato. I dati si riferiscono all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2012, tuttavia sono riportate alcune informazioni significative che riguardano accadimenti successivi alla chiusura del Bilancio quali, ad esempio, la formulazione della nuova Mission e Vision nonché dei nuovi Valori da parte del Gruppo, la nascita su Facebook della fan page istituzionale di Sisal, nonché alcune attività relative all'impegno dell'Azienda nei confronti della Comunità di riferimento.

Nel perimetro di consolidamento economico rientrano le seguenti Società: Sisal Holding Istituto di Pagamento S.p.A., Sisal S.p.A., Sisal Match Point S.p.A., Sisal Entertainment S.p.A., Sisal Bingo S.p.A. Il Bilancio Consolidato al 31 dicembre 2012 è stato redatto in conformità agli International Financial Reporting Standards.

Qualità delle informazioni e processo di redazione

La qualità delle informazioni riportate nel Rapporto Sociale 2012 è garantita dal rispetto dei principi di materialità, comparabilità, equilibrio e completezza.

Per materialità si intende la pubblicazione di informazioni e indicatori che riguardano gli impatti sociali, ambientali ed economici prodotti dall'Azienda e che sono ritenuti di interesse per tutti gli Stakeholder.

Per comparabilità si intende la possibilità di confrontare nel corso del tempo dati e informazioni, requisito favorito anche dalla struttura del Rapporto Sociale stesso che risulta in continuità con le edizioni precedenti.

Per equilibrio e completezza si intende la correttezza di argomenti e dati che presentano sia gli aspetti positivi sia eventuali aspetti negativi del Gruppo.

La redazione del Rapporto Sociale è un vero e proprio processo di rendicontazione con cadenza annuale che ha coinvolto trasversalmente tutte le funzioni aziendali. Per l'individuazione e la definizione dei contenuti si è tenuto conto delle tematiche più significative legate al settore dei giochi e delle indicazioni del CSR Leadership Team. Il documento è stato redatto dopo una serie di incontri periodici del CSR Team, la condivisione della struttura del documento e la validazione da parte del CSR Esecutivo. I componenti del Team hanno redatto i singoli paragrafi del Rapporto Sociale che la CSR Unit ha poi provveduto ad aggregare, integrare e uniformare. I contenuti sono stati infine rivisti dal CSR Team e dai Responsabili organizzativi per essere approvati dal Leadership Team.

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.).

Struttura del Rapporto Sociale 2012

Il Rapporto Sociale 2012 si articola in cinque sezioni:

1. Il Gruppo Sisal
2. Il modello di Governance
3. La Sostenibilità Sociale
4. La Sostenibilità Ambientale
5. La Sostenibilità Economica

Il Rapporto Sociale 2012 di Sisal è consultabile anche nella sezione Corporate Social Responsibility del sito www.sisal.com.

Il Comitato Esecutivo CSR è costituito da:

Simonetta Consiglio

Direttore Marketing e Comunicazione

Marco Caccavale

Direttore BU Lottery

Andrea Castellani

Responsabile Internal Audit e Risk Management

Mario Corti

Direttore Affari Legali e Societari

Francesco Durante

Direttore BU Entertainment

Giovanni Emilio Maggi

Direttore Relazioni Istituzionali

Andrea Orlandini

Direttore Risorse Umane e Organizzazione

Maurizio Santacroce

Direttore BU Digital Games and Services

Questo Rapporto Sociale è stato realizzato con il supporto di:

Silvia Bilotta, Irene Brillarelli, Elisabetta Cannata,
Valeria Carbone, Dante Carraturo, Andrea Castellani,
Chiara Cavagna, Stefano De Vita, Mario Della Toffola,
Daniela Di Febbraro, Daniela Fraticelli, Carlo Garuccio,
Maria Giacobelli, Barbara Giangaspero, Andrea Golisano,
Stefania Longo, Laura Lungo, Chiara Marchegiano, Fabio Mari,
Marco Migliorisi, Alessandro Moretti, Fabrizio Mulas,
Davide Nova, Davide Occhiuzzi, Giancarlo Pedrazzoli,
Cinzia Pedretti, Giulio Pellizzari, Andrea Reda, Iuri Riva,
Rosangela Robbiani, Pamela Romaniello, Barbara Rosà,
Monica Scarpitta, Luciana Tarantino, Alessia Tedeschi,
Marco Tiso, Francesca Zanni

Il coordinamento interno per la stesura
del Rapporto Sociale 2012 è stato curato da:

Gianmario Trovò, Sandra Nalin

Il Rapporto Sociale e il Piano d'Azione CSR 2012
sono stati realizzati con il supporto di Olivares Consulting
e in particolare da:

Federica Olivares
Marina Lanfranconi
Anna Clerici
Franco Bompani

Realizzazione editoriale
Edizioni Olivares

Progetto grafico
Orith Kolodny

© 2013 Sisal S.p.A.

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

www.facebook.com/sisal

www.twitter.com/Sisal_Group

www.youtube.com/grupposisal

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

Finito di stampare nel mese di giugno 2013
da Arti Grafiche Meroni