





PUNTO SNAI

Dettaglio
di un Punto Snai



**La
sostenibilità
in Snai**

pag. 5



Chi siamo

pag. 15



**La nostra
attività**

pag. 37



**Il cliente
al centro**

pag. 49



**Snai e
la relazione
con gli
stakeholder**

pag. 61



**Snai e
l'ambiente**

pag. 77



**I risultati
economici**

pag. 87

A pochi giorni dal mio insediamento quale Presidente e Amministratore Delegato di Snai Spa ho il piacere di rivolgermi ai nostri stakeholder accompagnando, con questa lettera, la pubblicazione del Bilancio di Sostenibilità dell'anno 2014, giunto alla sua quarta edizione.

Il Rapporto illustra le attività del passato esercizio e testimonia il continuo impegno di Snai nello sviluppo dei propri valori legati ai principi di Sostenibilità; un impegno che è parte integrante della strategia aziendale.

I principali driver di crescita del Gruppo Snai sono lo sviluppo e la fidelizzazione della propria rete dei punti vendita, lo sviluppo dei servizi dedicati ai partner, l'ampliamento dell'offerta.

Siamo convinti che la capacità di generare risultati di business

sia anche il frutto di buone relazioni con i nostri Stakeholder e, in particolare, attraverso il rapporto costruttivo con le Istituzioni e i Partner, l'attenzione verso i Clienti, la selezione accurata dei Fornitori, la tempestiva e trasparente comunicazione con gli Azionisti, la valorizzazione dei Dipendenti e delle loro competenze professionali, così come il rispetto per l'Ambiente, tutti temi centrali nelle strategie della società.

Il 2014 ha visto in particolare il lancio e lo sviluppo del percorso di Change Management che ha coinvolto tutta l'azienda nella diffusione della cultura dell'Execution Agility.

Snai ha attivato da tempo diverse collaborazioni con importanti Istituti di Ricerca al fine di monitorare il mercato del gioco in tutte le proprie declinazioni, con particolare focus sui temi della ludopatia.

Grande attenzione è stata riservata alla comunicazione, in particolare online.

Il sito corporate www.grupposnai.it, ha ottenuto un importante posizionamento nella classifica Webranking, che premia le società quotate in Borsa che meglio comunicano sul web. Si afferma infatti al 2° posto tra le small cap con una crescita di quasi 36 punti rispetto al 2013.

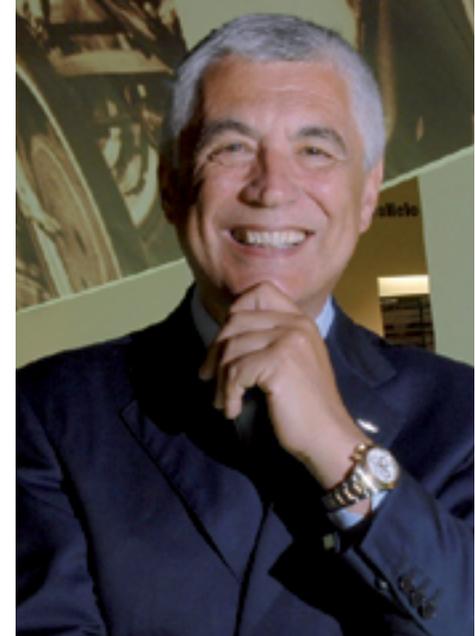
La Società conferma l'impegno nello sviluppo dell'ippica, convinta dell'alto valore sociale e culturale di questa attività che costituisce un patrimonio sportivo con forti valenze ambientali, imprenditoriali, allevatoriali, artigianali e tecniche.

Siamo quindi fieri di aver riportato a Milano le corse al trotto con l'inaugurazione del nuovo ippodromo del trotto "La Maura". Il progetto è stato condiviso con le associazioni ippiche, le parti sociali e con le istituzioni ed è stato realizzato a fronte di un impatto ambientale minimo.

Vogliamo proseguire con determinato e convinto impegno nel consolidare una strategia di crescita sostenibile che, coniugando sviluppo del business e responsabilità di impresa, possa creare valore condiviso per tutti i nostri Stakeholder.

Gabriele Del Torchio

Presidente e Amministratore Delegato Gruppo Snai



Membro del CdA dal 2011 a giugno 2014, Gabriele del Torchio è Presidente e CEO di Snai Spa dal 13 luglio 2015. Tra le esperienze più recenti quelle sviluppate in qualità di CEO in Ducati e in Alitalia, aziende che sotto la sua guida hanno ottenuto importanti risultati in termini di sviluppo e valorizzazione. Ducati è tornata, dopo 34 anni di assenza, nella categoria massima sul Podio Mondiale e Alitalia è decollata con Ethiad. Gabriele del Torchio ha accettato la sfida di condurre l'operazione di integrazione tra Snai e Cogetech e che porterà il gruppo a ricoprire un ruolo di leadership nel mercato dei giochi.



IPPODROMO MILANO



LA SOSTENIBILITÀ IN SNAI

LOBBIERE DELLA SERA CORRIERE DELLA SERA

**LO SVILUPPO
RESPONSABILE DI SNAI:
L'ATTENZIONE PER GLI
IMPATTI SOCIALI**

**LA MAPPA
DEGLI STAKEHOLDER**

IL SITO CORPORATE

**SNAI, UN BRAND
SICURO**

**GRUPPO SNAI
REPUTATION E VALORI**

**RAPPORTO DI
RESPONSABILITÀ
SOCIALE DEL GRUPPO
SNAI**

LO SVILUPPO RESPONSABILE DI SNAI: L'ATTENZIONE PER GLI IMPATTI SOCIALI

**UN'OFFERTA
REGOLAMENTATA
È AUTORIZZATA
È LA MIGLIORE
ARMA CONTRO
IL GIOCO ILLEGALE**

In Snai è diffusa la consapevolezza di operare in un settore dai delicati risvolti sociali. L'impegno aziendale è quello di portare avanti un **progetto di sviluppo responsabile**, basato su scelte strategiche attente a bisogni ed esigenze dei vari stakeholder.

Da sempre sensibile ai principi della responsabilità sociale d'impresa, Snai concepisce le proprie attività economiche nell'ambito dei principi dello sviluppo sostenibile, un'idea di sviluppo secondo la quale le esigenze di efficienza economica e di legittimo profitto devono essere coerenti con la tutela ambientale e lo sviluppo sociale.

Adottando la scelta della sostenibilità, la società integra l'obiettivo di soddisfare i clienti con quello di creare valore per gli azionisti, l'attenzione alle esigenze della collettività e il rispetto dell'ambiente; valorizza le capacità professionali dei dipendenti e responsabilizza il management alla realizzazione degli obiettivi aziendali. Infatti, chi opera nel settore del gioco e delle scommesse, nella pianificazione delle proprie strategie di business, ha la necessità di tenere conto degli obiettivi economico-finanziari da raggiungere e il dovere di considerare gli impatti sociali generati dalla propria attività.

Nella pratica quotidiana, per Snai tale principio si traduce nell'estrema attenzione con cui - a partire dal livello dirigenziale fino al contatto con i clienti - ogni scelta viene valutata secondo i possibili effetti sugli stakeholder, interni ed esterni.

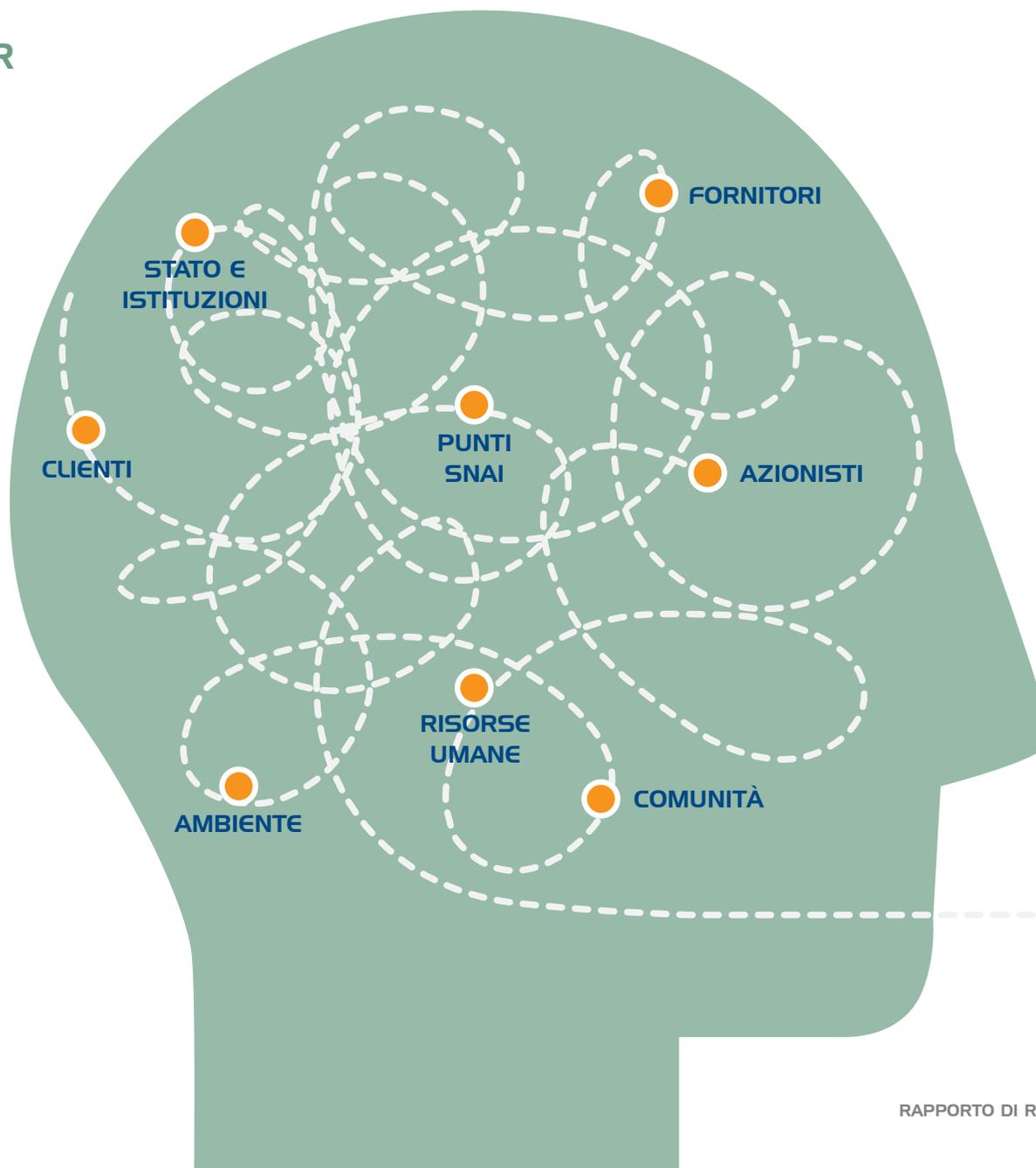
L'impegno volto alla definizione e attuazione di strategie di sviluppo responsabile è confermato nelle attività intraprese nell'ambito del contrasto al gioco illegale. Nella convinzione che lo sviluppo di un'offerta regolamentata e autorizzata di giochi e scommesse sia il miglior strumento per combattere l'illegalità, Snai collabora attivamente con le istituzioni di riferimento e le forze dell'ordine.

› La palazzina del peso dell'ippodromo del galoppo di Milano





LA MAPPA DEGLI STAKEHOLDER



LA MAPPA
DEGLI STAKEHOLDER
RAPPRESENTA IN MODO
SINTETICO CHI SONO
GLI INTERLOCUTORI
DI SNAI



IL SITO CORPORATE www.grupposnai.it

Pensato per il vasto pubblico, dagli investitori ai giornalisti, fino ai clienti finali, il sito corporate del Gruppo Snai è un capiente contenitore di dati e informazioni di **oltre 25 anni di attività** come concessionario di Stato per il settore dei giochi e delle scommesse.

Il sito istituzionale di Snai è caratterizzato da un **layout moderno**, studiato per fornire **un'efficace, immediata e completa ricerca delle informazioni** e per trasmettere la professionalità che da sempre contraddistingue il Gruppo Snai.

L'homepage disegna una panoramica sull'azienda, nel menù di secondo livello si trova il "core" dei contenuti e delle informazioni.

Il sito rappresenta la realtà del **Gruppo**, con una particolare attenzione ad **Investitori e Analisti** (area Investor): documenti e informazioni societarie, approfondimenti sui valori aziendali e la struttura organizzativa.

L'**area CSR** mette al centro l'impegno dell'azienda nel progettare iniziative di sviluppo responsabile, basati su scelte attente ai bisogni e alle esigenze dei diversi stakeholder.

La sezione "**Risorse Umane**" illustra le attività e le politiche del team HR, con approfondimenti sui valori del Gruppo e sull'attenzione dedicata al capitale umano.

L'**Area "Attività"** illustra tutti i servizi e prodotti SNAI: dalle reti di vendita, agli impianti ippici, fino al network televisivo e a Radio SNAI, un percorso fluido di conoscenza dell'offerta aziendale.

Ai **Media** è dedicata un'apposita sezione con i relativi comunicati stampa, il media kit, i contatti dei Responsabili Relazioni Esterne e Ufficio Stampa; il tutto arricchito da una gallery contenente immagini e video.

La presenza di tools consente una navigazione maggiormente interattiva e la progettazione del sito in ottica responsive permette di essere facilmente visualizzabile da qualsiasi device mobile.





www.grupposnai.it sale nella classifica Webranking 2014

La comunicazione digitale riveste un'importanza sempre maggiore per le società quotate, considerate le esigenze di compliance ma anche le aspettative di stakeholder e azionisti in termini di servizi e di qualità, trasparenza e tempestività delle informazioni.

In questo contesto, il sito corporate riveste un ruolo fondamentale: prova è la presenza di diverse classifiche che periodicamente stilano graduatorie dei siti web secondo vari criteri di efficacia.

A dicembre 2014 è stata pubblicata sul Corriere Economia la classifica Webranking focalizzata sulla comunicazione corporate e finanziaria. In questa speciale classifica Snai ha ottenuto un importante risultato:

- 2° in classifica tra le small cap, l'indice di Borsa a cui appartiene Snai immediatamente a ridosso di società come G-tech, che vantano un'esperienza sul web ben più consolidata
- +34,6 punti (rispetto a 0,3 dell'anno precedente)

Un risultato raggiunto grazie a diverse componenti.

LA RICERCA WEBRANKING

Fondata nel 1997, Webranking è la ricerca più riconosciuta a livello internazionale nella valutazione della qualità della comunicazione corporate sui canali digitali.

Partendo dalle esigenze degli stakeholder misura i fondamentali della comunicazione corporate e finanziaria e l'apertura al dialogo sui canali digitali.

18°	edizione internazionale
13°	edizione in Italia
69	società analizzate in Italia
829	società valutate a livello globale
100	criteri inclusi nel protocollo di valutazione
309	sottocriteri
100	punti massimi
39	sottocriteri per social media e search
465	risposte ai due questionari Webranking by Comprend dedicati ai mercati finanziari e all'employer branding

Più contenuti

Si è partiti dai contenuti, che ora risultano in linea con le best practices a livello di copertura informativa.

Il sito ha dato ampio spazio alla descrizione del Gruppo, con informazioni che vanno dalle strategie future, alla storia e alla struttura del Gruppo.

Si è data visibilità alle Attività del Gruppo, con pagine costruite ad hoc, che introducono l'utente all'interno del mondo Snai, nei suoi prodotti e servizi, nella sua capillare rete di vendita, nei suoi impianti.

Il sito si è arricchito di una sezione di Governance che non si limita a mettere a disposizione i documenti obbligatori, ma che descrive efficacemente il sistema di governo e gli organi sociali. Identico approccio per la sezione Investor, integrato da una sezione di Highlights a sintesi dei dati chiave del Gruppo.

Se la sezione CSR riflette l'impegno del Gruppo nell'ambito delle politiche sociali ed ambientali, nella sezione Risorse Umane ci si rivolge direttamente ai candidati illustrando le opportunità e le possibilità di crescita esistenti in una realtà quale Snai. L'area riservata all'Ufficio Stampa si è arricchita di una media gallery con video e immagini.



Più design

Il sito è disegnato secondo i principi del responsive web design, per offrire all'utente un'esperienza di navigazione piena da tutti i device.

L'ampio utilizzo di immagini rafforza l'efficacia comunicativa dei contenuti testuali, anche questi, trattati in diverso modo a seconda della rilevanza del messaggio.



Più tecnologia

- Sono stati introdotti vari servizi importanti per gli utenti.
- Gli investitori possono rimanere sempre aggiornati grazie al servizio di email alert
- Gli azionisti possono predisporre memo data tramite il servizio reminder
- Giornalisti e blogger possono richiedere le immagini ad alta definizione pubblicate sul sito
- Tutti possono facilmente trovare la documentazione pubblicata dal gruppo, grazie all'archivio generale
- Una serie di page tools supporta le azioni degli utenti nelle operazioni di stampa, salvataggio di pagine in pdf, invio di links, etc.
- Il motore di ricerca avanzato, a suggerimento, è di supporto ai navigatori.

Più web writing

I contenuti del sito sono aumentati considerevolmente.

Nella redazione dei testi, si è tenuto conto delle regole di web writing, con l'obiettivo di rendere più efficace la trasmissione dei messaggi e facilitare la ricerca delle informazioni da parte degli utenti. Le medesime regole operano anche nella direzione di ben posizionare Snai sui motori di ricerca.



SNAI, UN BRAND SICURO

I valori del Gruppo Snai possono essere riassunti in 5 punti fondamentali.

1

PERSONE

- Sviluppare rapporti contraddistinti da accessibilità, responsabilità, ascolto, attenzione all'interlocutore, sensibilità e cooperazione
- Garantire la circolazione delle informazioni in maniera chiara e tempestiva
- Favorire condivisione delle competenze tra le diverse parti dell'organizzazione
- Assicurare integrazione dei pareri dati alle diverse professionalità

2

ECCELLENZA

- Supportare i clienti con risposte e tempi adeguati
- Proporre soluzioni in linea con l'evoluzione del mercato e con la loro sostenibilità sociale
- Favorire la presa in carico delle attività tramite una delega responsabile
- Sviluppare l'impegno sociale con iniziative concrete

3

RESPONSABILITÀ

- Porre costante attenzione al raggiungimento di obiettivi ambiziosi e alle implicazioni economiche di ogni attività e iniziativa
- Rendere semplici e veloci operazioni complesse
- Garantire continuità ai risultati
- Svolgere le attività nel modo migliore possibile e nei tempi corretti

4

INNOVAZIONE

- Creare valore per gli azionisti e per gli stakeholder
- Porre attenzione alla costante introduzione di nuove tecnologie, soluzioni e opportunità offerte anche grazie al confronto con i migliori professionisti
- Rendere misurabile il miglioramento costante dei servizi al cliente, interno ed esterno
- Premiare il contributo dato all'obiettivo di sviluppo di Snai

5

COINVOLGIMENTO

- Sentirsi parte integrante di Snai e del brand che rappresenta
- Provare reale coinvolgimento verso tutti gli stakeholder e prendersi cura dei clienti come se fossero propri
- Lavorare con entusiasmo al raggiungimento di obiettivi comuni

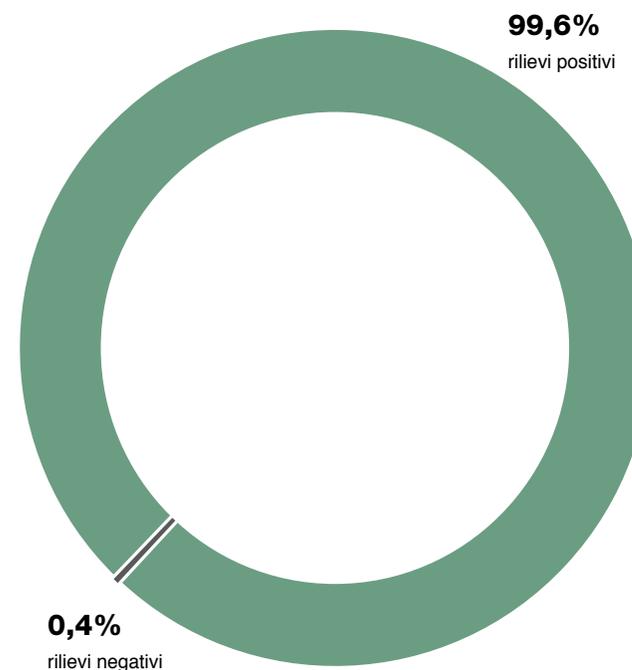
GRUPPO SNAI REPUTATION E VALORI

Nel 2014 oltre il 99%
degli articoli e dei servizi sui media
parla bene della società

**14.000 articoli
nel 2014**

circa 40 articoli al giorno
a favore di Snai

Risultati dell'analisi qualitativa sui media 2014



Totale numero rilievi stampa, tv, radio, web

> Fonte: EcoAnalysis (gruppo Eco della stampa)



 **Snaai**
GROUP



CHI SIAMO

**IL PROFILO
DELLA SOCIETÀ**

**SNAI SI CONFERMA
LEADER NELLE
SCOMMESSE**

**VICINA AI CLIENTI,
IN TUTTA ITALIA**

DAL 1990 AD OGGI

**LA STRUTTURA
DEL GRUPPO**

**LA STRUTTURA
DI GOVERNANCE
DI SNAI SPA**

**SNAI E
L'ANTIRICICLAGGIO**

IL PROFILO DELLA SOCIETÀ



Snai è una Società per azioni quotata alla borsa di Milano, operante nel settore del gioco e delle scommesse. Esercita l'attività di gestione, organizzazione e accettazione di scommesse ippiche e sportive, di concorsi a pronostici, di lotterie e di giochi, con mezzi propri o di terzi, dietro regolari concessioni, autorizzazioni e/o licenze.

Snai gestisce inoltre l'esercizio di apparecchi telematici e da intrattenimento con cui viene effettuato il gioco ed inoltre cura l'attivazione, il noleggio, la gestione e l'uso di reti di telecomunicazioni o telematiche per le prestazioni dei servizi di cui sopra.

Infine, Snai è proprietaria degli ippodromi del galoppo e del trotto di Milano San Siro e di Sesana (Montecatini Terme) e ha partecipazioni di riferimento in altri principali ippodromi italiani.

Il Gruppo è controllato da Global Games S.p.A. - società partecipata in misura paritetica da Global Entertainment S.A. (il cui capitale sociale è interamente detenuto da Investindustrial IV L.P.) e da Global Win S.r.l. (controllata da Venice European Investment Capital S.p.A.) - che detiene il 67,188% del capitale sociale di Snai S.p.A.

Global Games S.p.A. (quale semplice holding di partecipazione) non esercita attività di direzione e coordinamento nei confronti di Snai S.p.A., dal momento che Snai determina in modo autonomo i propri indirizzi strategici con piena autonomia organizzativa, gestionale e negoziale.

La rete di accettazione scommesse dei Punti Snai è distribuita in modo capillare sul territorio nazionale ed è composta da circa 2.500 punti gioco, di cui circa 2.000 con concessione di gioco diretta della Società ed i restanti con fornitura di servizi specializzati ai Concessionari clienti della Società.

Infine, Snai è proprietaria degli ippodromi a Milano del galoppo di San Siro e del trotto La Maura e di quello del trotto Sesana a Montecatini Terme e ha partecipazioni di riferimento in altri principali ippodromi italiani a Roma Capannelle ed a Pisa San Rossore.



SNAI LEADER NELLE SCOMMESSE

Nel 2014, come già negli anni precedenti, Snai mantiene la leadership nel segmento delle scommesse ippiche e sportive e si conferma, fra i principali concessionari per quanto riguarda AWP e VLT.

Con una quota di mercato del 48% **Snai si conferma leader nel mercato dei giochi e delle scommesse.**

48%

**QUOTA DI MERCATO
SCOMMESSE IPPICHE**

MERCATO ITALIANO GIOCHI E SCOMMESSE 2014

	Raccolta 2014	Raccolta 2013	Raccolta 2012	Spesa effettiva 2014	Spesa effettiva 2013	Spesa effettiva 2012	Quota mercato	Differenziale raccolta
AWP E VIDEOLOTTERY	47.001	47.810	50.066	9.863	9.312	10.287	55,63%	-1,69%
Poker cash e casino games	11.584	12.429	12.716	365	377	356	13,71%	-6,80%
Lotterie e G&V	9.441	9.612	9.764	2.607	2.656	2.786	11,17%	-1,78%
Lotto	6.629	6.333	6.221	2.156	2.205	2.111	7,85%	4,67%
Scommesse sportive ed eventi virtuali betting exchange	5.603	3.839	3.995	1.001	782	700	6,63%	45,95%
Superenalotto e Win for Life	1.188	1.376	1.779	682	797	1.039	1,41%	-13,66%
Bingo	1.624	1.664	1.763	580	622	578	1,92%	-2,40%
Skill games e poker a torneo	734	852	1.256	79	97	147	0,87%	-13,85%
Scommesse ippiche	682	813	1.011	198	241	299	0,81%	-16,11%
Totale	84.485	84.728	88.571	17.531	17.089	18.303	100,00%	-0,29%

* Fonte Libro Blu Monopoli e Dogane 2015

RACCOLTA GIOCHI E SCOMMESSE SNAI NEL 2014

Gioco/scommessa	Raccolta 2014	Raccolta 2013	Raccolta 2012	Spesa effettiva 2014	Spesa effettiva 2013
Scommesse ippiche	327	436	551	96	128
Scommesse sportive ed eventi virtuali	1.438	1.108	1.232	285	250
AWP E VLT	2.844	2.828	2.837	532	503
Cash casino games	706	950	848	24	30
Skill games	28	42	66	3,7	5
Bingo online	5	7	11	1,5	2
TOTALE	5.348	5.371	5.545	942,2	914



Nelle **scommesse sportive** la quota di mercato si attesta al **23,4%**. La raccolta globale nel mercato delle scommesse sportive nel 2014 registra, rispetto al 2013, **un incremento del 11,2%** dovuto in parte alla conclusione del processo di attivazione dei circa **1.000 negozi nuovi** derivanti dalla gara art. 10 comma 9-octies del DL 2 marzo 2012 n.16, convertito con modificazioni dalla Legge 26 aprile 2012 n.44, ai Campionati del Mondo di calcio in Brasile, nonché alla crescita del canale on line anche per l'entrata di nuovi operatori e per l'ampliamento dell'offerta al pubblico (Live betting e palinsesto complementare).

A fine 2014 Snai è leader nel mercato delle scommesse su eventi virtuali con una quota del 39,4%.

23,4%

**QUOTA DI MERCATO
SCOMMESSE SPORTIVE**

5,3 MLD EURO

**RACCOLTA COMPLESSIVA
DI GIOCO**

I "NUMERI" DELLE SCOMMESSE CON SNAI

Gioco/scommessa	2014	2013	2012
Ticket di scommessa emessi sullo sport	110.935.356	121.450.168	142.901.917
Ticket di scommessa emessi sull'ippica	42.303.381	54.939.964	70.754.672
Numero massimo di ticket sport/giorno	874.712	959.664	1.133.806
Numero massimo di ticket ippica/giorno	169.131	244.476	297.622
New slot in carico al 31 dicembre	26298	24653	29.900
New slot in carico in media	25971	26790	30.124
Videolottery in carico al 31 dicembre	4950	4956	2.585
Videolottery in carico in media	4832	3951	2.049
Media quotidiana per utente pagine viste su www.snai.it	3,01	3,12	3,25
Conti gioco Snai Card attivi	144.731	156.126	147.150
Visite al sito ww.snai.it	51.291.971	54.545.195	60.010.728
Visitatori unici	10.883.913	10.835.700	13.277.671
Visualizzazioni di pagina	154.281.392	169.750.342	195.059.824
Numero di mani di poker cash giocate	16.000.000	20.000.000	112.000.000
Numero di tornei di poker giocati	Oltre 1.000.000	Oltre 1.500.000	Oltre 3.000.000
Numero di cartelle bingo online vendute	100.000.000	127.000.000	120.000.000
Numero di vincite al casinò online	560.000.000	660.000.000	440.000.000

QUOTE DI MERCATO SNAI

Gioco/scommessa	2014	2013	2012
Scommesse ippiche	47,88%	53,63%	54,50%
Scommesse sportive	25,66%	28,86%	31,27%
New slot e videolottery	6,05%	5,92%	6,90%
Cash casino games	6,09%	7,64%	6,67%
Skill games e poker a torneo	3,81%	4,93%	5,25%
Bingo online	5,59%	6,55%	7,81%

Fonte: Snai



VICINA AI CLIENTI, IN TUTTA ITALIA

Le tre sedi del Gruppo Snai si trovano a Porcari (LU), Roma e Milano. Il Gruppo Snai ha una rete di punti vendita distribuita in modo capillare sul territorio nazionale, con 2.500 punti vendita operativi 364 giorni l'anno, che accettano gioco, trasmettono in diretta TV tutti gli eventi oggetto di scommessa, quasi un milione di frequentatori medi al giorno.

500

PUNTI CON CONCESSIONE
DI GIOCO INDIRETTA

2.000

PUNTI CON CONCESSIONE
DI GIOCO DIRETTA

2.500

TOTALE COMPLESSIVO
DELLA DISTRIBUZIONE DEI
PUNTI E CORNER SNAI IN ITALIA

PUNTI SNAI PRESENTI SUL TERRITORIO ITALIANO



 I punti vendita Snai distribuiti sul territorio nazionale

DAL 1990 AD OGGI

IL GRUPPO SNAI NASCE NEL 1990, QUANDO UN GRUPPO DI AGENZIE IPPICHE COSTITUISCE SNAI SERVIZI SRL, SOCIETÀ INCARICATA DI PROGETTARE E REALIZZARE SERVIZI DESTINATI ALLE AGENZIE IPPICHE STESSE. DA ALLORA L'EVOLUZIONE DELLE INIZIATIVE, DEI PROGETTI E DELLE ATTIVITÀ DEL GRUPPO È STATA ESPONENZIALE.

1990

Avvio della gestione della scommessa Tris; inizio della trasmissione televisiva delle corse ippiche in tutte le agenzie collegate, utilizzando una rete terrestre con tecnologia microonde.

1995

Lancio della nuova immagine coordinata di Snai: il "logo" è il muso stilizzato di un cavallo, i colori sono il verde e il blu; in questo stesso anno la trasmissione televisiva delle corse passa su piattaforma digitale satellitare: è il primo canale tematico europeo che utilizza questa tecnologia.

2001

In Italia arriva il gioco del Bingo; Snai lancia il progetto "Global Service Bingo Snai" per la progettazione, realizzazione e gestione di sale Bingo.

2002

Varenne vince il suo primo Prix d'Amérique e stabilisce il record mondiale assoluto di media distanza, oltre al record mondiale ed europeo su corta distanza. Snai realizza Best: è il primo terminale self service per l'accettazione di scommesse nei Punti Snai, il precursore dell'attuale e avanzato "Fai con Me".

2003

Varenne vince il secondo Prix d'Amérique, termina la carriera agonistica ed entra nella storia dell'ippica: è il trottatore con la più alta somma di vincite al traguardo, un primato tutt'ora imbattuto. Snai ottiene la concessione per l'accettazione dei concorsi a pronostico su base sportiva: Totocalcio e Totogol entrano nei Punti Snai.

2004

Si possono giocare via Internet le prime scommesse sull'ippica "nazionale", le prime scommesse sportive a totalizzatore, e anche i concorsi a pronostico. Per la prima volta in Italia si può scommettere via sms: Snai presenta questa novità alla vigilia dei campionati europei di calcio del Portogallo. Snai ottiene la concessione per il collegamento in rete delle "new slot" e compaiono le prime schedine del concorso "Big Match".

2007

L'esito del bando di gara indetto l'anno precedente vede Snai aggiudicarsi 5.092 diritti per "negozi" e "corner" di scommesse ippiche e sportive. La nuova rete viene avviata nel corso dell'anno.

2008

Il sito Snai.it permette di giocare agli skill games, giochi di abilità con vincita in denaro. Tra questi giochi vi è anche il poker Texas Hold'em, per il quale Snai attiva il sito www.pokersnai.it. La nuova rete di accettazione Snai viene completata. Iniziano le trasmissioni del nuovo canale satellitare Snai Tv: dirette di corse ippiche, approfondimenti sul mondo dei cavalli e dello sport, aggiornamenti in tempo reale grazie ai notiziari Ansa News su cronaca e sport; il canale va in onda nei Punti Snai e sul canale 220 di Sky.

2009

Snai realizza il nuovo e rivoluzionario terminale self service "Fai con Me"; nuovo bando di gara per scommesse ippiche, la Società si aggiudica 303 nuovi diritti.

2010

Lancio del brand "Gioca per vincere", a sostegno del gioco consapevole e responsabile; Snai ottiene la certificazione ISO 27001.



1997

Snai Servizi acquisisce, da Montedison Spa, la Società Trenno Spa e gli ippodromi di Milano e Montecatini in qualità di controllante di Trenno Spa, la società si quota alla Borsa di Milano con il titolo Snai.

1998

È l'anno dell'avvio delle scommesse sportive in Italia, in occasione della Coppa del Mondo di calcio giocata in Francia: le "agenzie ippiche" diventano Punti Snai. In questo stesso anno viene costituito il Gruppo Snai, che partecipa al bando di gara per l'ampliamento della rete di agenzie di scommesse.

1999

Snai ottiene la certificazione ISO 9001. Lancio del nuovo brand "Snai" e "Punto Snai" e di tutta la corporate image del Gruppo e dei punti vendita.

2000

La nuova rete di accettazione viene completata e Snai raddoppia il numero dei Punti Snai in Italia. Inizia la favola di Varenne: Snai ne diventa comproprietario al 50% e avvia una campagna di comunicazione per il lancio dell'immagine del cavallo, destinato a diventare il più forte trotatore della storia dell'ippica. Nei Punti Snai fa il suo ingresso il terminale Betsi, progettato e realizzato da Snai per l'accettazione di ogni tipo di scommessa ippica e sportiva.

2005

Snai accetta le prime scommesse su eventi non sportivi: Festival di Sanremo, Premi Oscar, Festival di Cannes. Partono nuove scommesse a totalizzatore che affiancano Big Match: si tratta di Big Race, collegato a Formula 1, moto e ciclismo, e Big Show, dove si scommette su eventi televisivi e reality show. In questo anno l'Italia impara a conoscere le scommesse giocate nel corso dell'evento: è il "live betting", svolta storica per Snai Spa, che lancia un nuovo piano industriale e assume il ruolo di concessionario per l'accettazione di scommesse.

2006

Coppa del Mondo di calcio in Germania: Snai avvia l'accettazione di scommesse tramite decoder digitale terrestre e satellitare, seguite in breve dalla possibilità di utilizzare telefoni cellulari con tecnologia Java. Snai acquisisce 450 ulteriori concessioni per scommesse ippiche e sportive e avvia 250 nuove agenzie di scommesse. Nel corso dell'anno avviene l'aumento del capitale sociale di Snai Spa e sono accettate le prime scommesse su reality show televisivi. Teleippica si aggiudica il bando europeo indetto da Unire per la gestione del segnale televisivo per la trasmissione di corse ippiche. Snai acquisisce la proprietà immobiliare dell'area degli ippodromi di San Siro e Sesana dalla società Trenno, che cambia la ragione sociale in Trenno Srl e mantiene la gestione degli impianti ippici, compresi i centri di allenamento e le relative piste.

2012

La società Global Games Spa acquisisce la quota di maggioranza di Snai Spa. Nei Punti Snai compaiono le nuove videolottery. Nel settore online, il poker può essere giocato anche in modalità cash; inoltre, Snai lancia i casinò games online. In questo anno nasce anche Radio Snai, diffusa via web in tutti i Punti Snai. Teleippica si aggiudica il bando europeo indetto da Unire (ASSI) per la gestione del segnale televisivo per la trasmissione di corse ippiche fino al 2019.

2013

Rinnovo della concessione per la gestione di apparati AWP e VLT. Esito della gara per 2.000 nuove concessioni per scommesse: Snai si aggiudica 278 diritti. Avvio delle scommesse su eventi virtuali: nei Punti Snai e sul sito snai.it si può scommettere sull'esito di eventi sportivi (calcio, ciclismo, corse di levrieri, ecc.) realizzati tramite simulazioni grafiche computerizzate. Pubblicazione della seconda edizione del Rapporto di Responsabilità Sociale.

2014

1. Completamento rete VLT: nella primavera Snai ha completato l'attivazione della propria rete VLT, composta da 5.052 apparati.
2. Sviluppo e leadership del mercato delle scommesse su eventi virtuali.
3. Pubblicazione della terza edizione del Rapporto di responsabilità sociale.

2015

1. Sottoscritto accordo per l'integrazione del Gruppo Cogemat/Cogetech con il gruppo Snai.
2. Gabriele del Torchio sarà nominato Presidente Esecutivo e Fabio Schiavolin Amministratore Delegato.
3. Pubblicazione della quarta edizione del Rapporto di responsabilità sociale.



LA STRUTTURA DEL GRUPPO al 31 luglio 2015

Il Gruppo è controllato da Global Games S.p.A. che detiene il 67,188% del capitale sociale di Snai S.p.A. Global Games (quale semplice holding di partecipazione) non esercita attività di direzione e coordinamento nei confronti di Snai S.p.A., la quale determina in modo autonomo i propri indirizzi strategici con piena autonomia organizzativa, gestionale e negoziale.

La struttura del Gruppo Snai al 31 luglio 2015 è così composta:



Società controllate

100%	Teleippica S.r.l.
100%	Società Trenno S.r.l.
100%	Snai Rete Italia S.r.l.
100%	Teseo S.r.l. in liquidazione
53%	Finscom S.r.l.
30%	Solar S.A.
27,78%	Hippogroup Capannelle S.p.A.
30,70%	Alfea S.p.A.
25%	Connex S.r.l. in liquidazione
2,4435%	Lexorfin S.r.l.

› * In data 24 novembre 2014 è stato stipulato l'atto di fusione per incorporazione in Snai S.p.A. delle società interamente controllate Festa S.r.l. Unipersonale e Immobiliare Valcarenga S.r.l. Unipersonale. La fusione è divenuta efficace il giorno 1 gennaio 2015. Da tale data sono decorsi anche gli effetti contabili e fiscali.



› Un particolare dell'ingresso dell'ippodromo Sesana tratto di Montecatini Terme

Le società controllate

TELEIPPICA S.R.L. UNIPERSONALE

realizza e gestisce i canali Unire Tv (Unire Verde, Unire Grigio e Unire Blu) diretti ai punti di accettazione scommesse, Unire Sat in chiaro sul bouquet Sky, oltre a Radio Snai e ai tre canali "Sport virtuali" di Snai (visibili nei Punti Snai).

SOCIETÀ TRENNO S.R.L. UNIPERSONALE

si occupa della gestione delle attività degli ippodromi di San Siro e La Maura a Milano e del Sesana a Montecatini Terme.

Gli ippodromi si pongono tra i più prestigiosi palcoscenici ippici a livello mondiale. Le piste, immerse in enormi spazi verdi di grandi suggestione, sono tra le più selettive del mondo grazie ad una completa varietà di percorsi.

Dal 2000 Trenno S.r.l. ha deciso di aprire i propri spazi anche all'organizzazione di eventi particolari come convention, meeting, congressi, spot, sfilate di moda e special events.

Partecipazioni di Snai

SNAI RETE ITALIA S.R.L. (100%)

gestisce in proprio l'organizzazione di aziende per l'esercizio di attività commerciali legate alle reti di vendita.

FINSCOM S.R.L. (53%)

gestisce in proprio l'organizzazione di aziende per l'esercizio di attività commerciali legate alle reti di vendita.

ALFEA S.P.A. (30.70%)

gestisce l'ippodromo del galoppo e il centro di allenamento di Pisa.

SOLAR S.A. (30%)

società controllata al diritto lussemburghese, partecipata al 30% di Snai S.p.A. ha reperito le risorse necessarie per l'acquisizione dei rami d'azienda.

HIPPOGROUP ROMA CAPANNELLE S.P.A. (27.78%)

gestisce l'ippodromo di Roma e il Centro di allenamento del Galoppo.

LEXORFIN S.R.L. (2.4435%)

società partecipata, gestisce le attività ippiche e le proprietà immobiliari presso l'ippodromo di Pisa.

CONNEXT S.R.L. (25%)

in liquidazione.

TESEO S.R.L. (100%):

in liquidazione.



LA STRUTTURA DI GOVERNANCE DI SNAI S.p.A.

Assetto organizzativo

La governance è organizzata secondo gli schemi tradizionali e si articola in:

- Assemblea dei Soci
- Consiglio di Amministrazione
- Collegio Sindacale

A questi organi si aggiungono il Comitato Controllo e Rischi e il Comitato per la Remunerazione, i cui componenti sono scelti nell'ambito del Consiglio di Amministrazione, oltre al Dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari.

La struttura di governance di Snai SpA al 31 luglio 2015



ASSEMBLEA DEGLI AZIONISTI



PRESIDENTE E AMMINISTRATORE DELEGATO

Gabriele Del Torchio

COMITATO CONTROLLO E RISCHI

COMPONENTI

Stefano Campoccia
Mara Anna Rita Caverni
Marcello Agnoli

CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

AMMINISTRATORI

Giorgio Drago	Chiara Palmieri
Mauro Pisapia	Nicola Iorio
Roberto Ruozi	Mara Anna Rita Caverni
Barbara Poggiali	Enrico Orsenigo
Massimo Perona	Tommaso Colzi
Stefano Campoccia	Marcello Agnoli

COLLEGIO SINDACALE

PRESIDENTE

Mariateresa Salerno
SINDACI EFFETTIVI
Massimo Gallina
Maurizio Maffei

SINDACI SUPPLEMENTI

Enzio Bermani
Marzia Tremolada

SOCIETÀ DI REVISIONE

Reconta Ernst & Young S.p.A.

COMITATO PARTI CORRELATE

COMPONENTI

Stefano Campoccia
Mara Anna Rita Caverni
Marcello Agnoli

COMITATO PER LA REMUNERAZIONE

COMPONENTI

Chiara Palmieri
Barbara Poggiali
Roberto Ruozi

ORGANISMO DI VIGILANZA

COMPONENTI

Marco Dell'Antonia (Presidente)
Iole Anna Savini
Tiziana Panelli



Consiglio di Amministrazione

L'Assemblea degli Azionisti tenutasi in data 28 aprile 2015 ha nominato un Consiglio di Amministrazione di 14 membri di cui 4 donne, nel rispetto della normativa in materia di equilibrio tra generi.

Componenti del CdA per genere	Udm	2014	2013	2012
Uomini	(%)	71%	79%	100%
Donne	(%)	29%	21%	0%
Totale	(%)	100%	100%	100%

Per quanto riguarda l'età dei consiglieri il 43% ha un'età compresa tra i 30 e i 50 anni mentre il restante 57% supera i 50 anni.

Componenti del CdA per età	Udm	2014	2013	2012
Da 30 a 50 anni	(num)	6	7	5
	(%)	43%	50%	36%
Oltre i 50 anni	(num)	8	7	9
	(%)	57%	50%	64%
Totale	(num)	14	14	14

Tutti gli amministratori sono in carica fino all'approvazione del bilancio d'esercizio al 31 dicembre 2015.

La nomina dei consiglieri

Gli amministratori sono nominati dall'Assemblea dei Soci, cui spetta la scelta nell'ambito di liste presentate dagli azionisti. Le liste di candidati sono composte secondo principi di competenza, così da assicurare alla Società i più alti standard di professionalità. Professionalità e onorabilità sono requisiti fondamentali per i consiglieri nominati: il loro venir meno comporta la decadenza.

I candidati al Consiglio di amministrazione e i componenti eventualmente cooptati sono invitati ad un'autovalutazione circa la possibilità di svolgere i compiti affidati con la necessaria diligenza. A ogni candidato viene richiesto di valutare il numero di incarichi di amministratore o sindaco eventualmente ricoperti in altre società quotate in mercati regolamentati, anche esteri, in società finanziarie, bancarie, assicurative o di rilevanti dimensioni. Tali eventuali incarichi sono portati all'attenzione dell'Assemblea dei Soci al momento della nomina e del Consiglio di Amministrazione in occasione dei momenti di verifica della sussistenza in capo ai propri membri delle condizioni necessarie allo svolgimento dei compiti assegnati. Gli incarichi sono anche riportati nella Relazione sul governo societario e gli assetti proprietari.

I componenti del Consiglio di Amministrazione non esercitano attività in concorrenza con la Società, come previsto dall'art. 2390 del Codice Civile.

Snai S.p.A. applica le norme previste dal codice civile e dalle leggi speciali in materia al fine di garantire la tutela dei soci di minoranza.

Le funzioni del Consiglio di Amministrazione

Al CdA sono attribuiti i più ampi poteri per l'amministrazione ordinaria e straordinaria della società.

In tal senso, insieme alla nomina degli organismi delegati, spettano al Consiglio le decisioni concernenti:

- l'assetto organizzativo e contabile dell'azienda;
- i piani strategici, finanziari e industriali;
- la valutazione generale dell'andamento della gestione.

Il presidente del CdA ricopre un ruolo esecutivo.



› Particolare di una giornata di Gran Premio all'ippodromo del galoppo di Milano





I Comitati.....



nomina

COMITATO CONTROLLI E RISCHI

ha il compito di supportare, con funzioni istruttorie, consultive e propositive, le valutazioni e le decisioni del CdA relative al Sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi della Società e all'approvazione delle relazioni finanziarie periodiche



nomina

COMITATO PER LA REMUNERAZIONE

è titolare di funzioni consultive e propositive nei confronti del CdA in materia di remunerazione



nomina

COMITATO PARTI CORRELATE

sono state individuate quattro categorie di Operazioni con Parti Correlate:

- Operazioni di maggiore rilevanza con Parti Correlate
- Operazioni di minore rilevanza con Parti Correlate
- Operazioni ordinarie
- Operazioni di importo esiguo



nomina

ORGANISMO DI VIGILANZA

ha il compito di vigilare sul funzionamento e sull'osservanza del modello di organizzazione, gestione e controllo all'interno della Società e di curarne il costante aggiornamento



Comitato Controllo e Rischi

Il Comitato ha il compito di supportare, con funzioni istruttorie, consultive e propositive, le valutazioni e le decisioni del CdA relative al Sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi della Società e all'approvazione delle relazioni finanziarie periodiche.

Spetta al **Comitato Controllo e Rischi** fornire pareri riguardo:

- la definizione delle linee guida del Sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi, cosicché si abbia certezza della precisa identificazione dei rischi aziendali e della coerenza della gestione dell'impresa con gli obiettivi strategici individuati;
- nella valutazione dell'efficacia del Sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi adottato;
- l'approvazione del piano di lavoro predisposto dal Responsabile della funzione di Controllo Interno e gestione dei Rischi;
- la valutazione complessiva del Sistema di Controllo Interno e di Gestione del Rischio e la sua descrizione all'interno dell'annuale Relazione sul Governo societario;
- la valutazione dei risultati esposti dal revisore legale nell'eventuale lettera di suggerimenti e nella relazione sulle questioni fondamentali emerse in sede di revisione legale.

Componenti del Comitato Controllo e Rischi

Nominativo	Genere (M/F)	Ruolo
Stefano Campoccia	M	presidente
Mara Anna Rita Caverni	F	componente
Marcello Agnoli	M	componente

Comitato per la Remunerazione

Il **Comitato per la Remunerazione** supporta il Consiglio di Amministrazione nelle valutazioni e decisioni riguardo le politiche di remunerazione, adottate e da adottare, per gli amministratori e i dirigenti con funzioni esecutive.

Viene nominato dal Consiglio di Amministrazione e lo affianca, con funzioni propositive e consultive, nelle decisioni attinenti le politiche di remunerazione.

In particolare, prerogativa del Comitato sono:

- la valutazione periodica dell'adeguatezza, coerenza e complessiva applicazione della politica per la remunerazione degli amministratori e dei dirigenti con responsabilità strategiche;
- l'avanzamento di proposte e la formulazione di pareri al CdA riguardo la remunerazione degli amministratori esecutivi, degli amministratori delegati e delle principali cariche societarie, nonché la determinazione degli obiettivi di performance legati alla componente variabile della remunerazione e il monitoraggio dell'effettivo rispetto delle decisioni adottate in merito dal CdA;
- la presentazione al CdA della Relazione sulla Remunerazione da sottoporre ad approvazione del Consiglio stesso;
- la presentazione della propria attività all'Assemblea degli Azionisti.

Componenti del Comitato per la Remunerazione

Nominativo	Genere (M/F)	Età	Ruolo
Roberto Ruozzi	M	75	presidente
Barbara Poggiali	F	51	componente
Chiara Palmieri	F	44	componente

* I dati sono aggiornati al 31 luglio 2015

Gli amministratori non esecutivi apportano le loro specifiche competenze alle discussioni consiliari, contribuendo all'assunzione di decisioni consapevoli e prestando particolare cura alle aree in cui possono manifestarsi conflitti di interesse. Il numero, la competenza, l'autorevolezza e la disponibilità di tempo degli amministratori non esecutivi sono tali da garantire che il loro giudizio possa avere un peso significativo nell'assunzione delle decisioni consiliari.

Un numero adeguato di amministratori non esecutivi sono indipendenti, nel senso che non intrattengono né hanno di recente intrattenuto, neppure indirettamente, con l'emittente o con oggetti legati all'emittente, relazioni tali da condizionarne attualmente l'autonomia di giudizio. L'indipendenza degli amministratori è valutata dal Consiglio di Amministrazione dopo la nomina e, successivamente, con cadenza annuale.

Amministratori indipendenti e/o non esecutivi per genere	Udm	2014	2013	2012
Uomini	(num)	3	3	2
Donne	(num)	4	3	0
Totale amministratori indipendenti	(num)	7	6	2

* I dati sono aggiornati al 31 luglio 2015



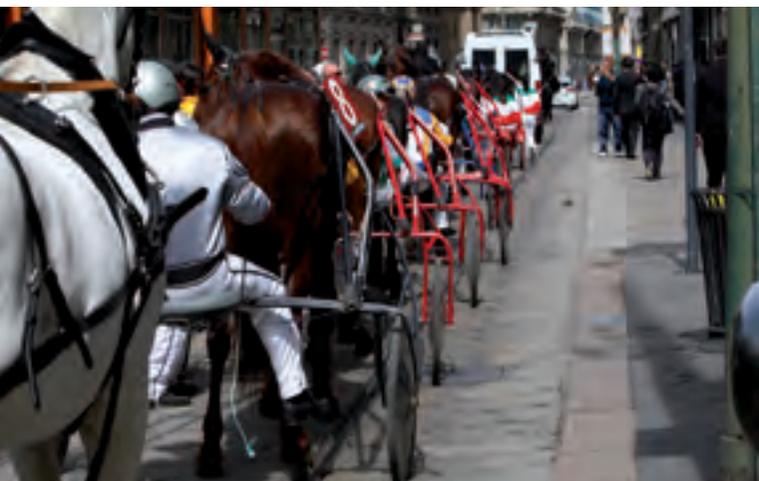
Comitato Parti Correlate

Il **Comitato Parti Correlate** esprime pareri in merito alle operazioni con le parti correlate al fine di assicurarne la trasparenza e la correttezza, secondo quanto previsto dalla normativa CONSOB di riferimento e dalla “Procedura per la disciplina delle operazioni con parti correlate” di Snai.

Componenti del Comitato Parti Correlate

Nominativo	Genere (M/F)	Età	Ruolo
Mara Anna Rita Caverni	F	52	presidente
Stefano Campoccia	M	54	componente
Marcello Agnoli	M	74	componente

* I dati sono aggiornati al 31 luglio 2015



› I principali driver nazionali in sulky sfilano per le vie di Milano in occasione della giornata inaugurale del nuovo ippodromo del trotto di Milano “La Maura” 9 maggio 2015

Organismo di vigilanza

L’**Organismo di vigilanza** ha il compito di vigilare la società per quanto riguarda l’efficacia e l’osservanza del Modello di organizzazione, gestione e controllo.

È nominato dal Consiglio di Amministrazione e il suo mandato ha durata triennale.

La scelta dei componenti viene effettuata nell’ottica di garantire all’Organismo un funzionamento efficace e dunque il rispetto delle sue prerogative fondamentali:

- autonomia e indipendenza;
- professionalità;
- continuità d’azione;
- onorabilità.

Tra i compiti attribuiti all’Organismo di vigilanza rientrano:

- la verifica che il Modello di Organizzazione e controllo predisposto sia effettivamente rispettato all’interno dell’azienda da tutti i destinatari previsti in esso;
- verificare l’efficacia e l’adeguatezza di quanto previsto dal Modello e la sua idoneità a prevenire i reati individuati dal Decreto;
- l’adozione di provvedimenti necessari perché il Consiglio di Amministrazione aggiorni costantemente il Modello di Organizzazione e Controllo perché questo risulti adeguato ai mutamenti organizzativi, nonché alle modifiche normative e della struttura aziendale;
- la verifica che le proposte di aggiornamento avanzate dal Consiglio di Amministrazione siano state effettivamente recepite nel Modello.

Il Sistema di Controllo Interno

Nel corso dell’esercizio 2013 è proseguita l’attività di monitoraggio, rilevazione e valutazione del **Sistema di Controllo Interno** della Società con l’obiettivo di assicurare il mantenimento dei **requisiti di adeguatezza, efficacia ed efficienza** delle attività.

La Società ha consolidato e monitorato il proprio sistema di controllo interno rispetto alle evoluzioni organizzative e di contesto della Società con particolare riferimento a:

- efficacia ed efficienza delle operazioni;
- affidabilità dei dati e delle informazioni contabili e gestionali;
- conformità alle leggi, ai regolamenti ed alle normative applicabili;
- efficacia ed efficienza dei sistemi informativi aziendali;
- salvaguardia del patrimonio, quale effetto combinato dei precedenti presidi.

Le attività finalizzate alla valutazione dell’idoneità del sistema di controllo interno e di gestione dei rischi, in allineamento a quanto previsto dagli standard internazionali, sono state condotte nel rispetto di un piano di audit annuale, condiviso con il Comitato Controllo e Rischi e l’Amministratore Incaricato del Sistema di Controllo Interno della Società e successivamente approvato dal Consiglio di Amministrazione; il piano è basato su un processo strutturato di analisi e prioritizzazione dei principali rischi ed è affidato per lo sviluppo alla funzione di “Controllo interno” della Società.



L'adeguatezza del sistema di controllo interno è stata valutata in relazione alle informazioni disponibili e rilevanti, tenendo in considerazione l'“*Internal Control - Integrated Framework emanato dal Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission*”, che rappresenta il modello di riferimento a livello internazionale diffusamente accettato per la valutazione dei sistemi di Controllo Interno.

Nel corso dell'esercizio 2014 il Consiglio di Amministrazione è stato periodicamente informato, per il tramite delle relazioni semestrali del Comitato Controllo e Rischi, sugli stati di avanzamento delle attività svolte e ha condiviso con lo stesso le valutazioni sull'adeguatezza del sistema di controllo e sulle attività integrative utili al suo miglioramento.

Analisi per rischi di corruzione	Udm	2014
Numero di unità organizzative analizzate per rischi legati alla corruzione	(num)	9
Percentuale di unità organizzative analizzate per rischi legati alla corruzione *	(%)	60%

* Numero di unità organizzative monitorate per rischi legati alla corruzione / totale unità organizzative

Gestione dei rischi

Il **Sistema di Controllo Interno** è l'insieme delle regole, delle procedure e delle strutture organizzative finalizzate ad una conduzione dell'impresa sana, corretta e coerente con gli obiettivi prefissati.

La Società è dotata di una funzione avente caratteristiche di “Area” denominata “Controllo Interno e Gestione dei Rischi”, le cui attribuzioni sono riconducibili alla funzione di Internal Audit prevista dal Codice di Autodisciplina e alla quale sono da adattare tutte le previsioni del Codice medesimo.

La funzione è posta alle dipendenze gerarchiche del Consiglio di Amministrazione e funzionali del Presidente del Consiglio di Amministrazione.

Il Responsabile della funzione, a garanzia della propria indipendenza e autonomia di giudizio, non è responsabile di alcuna area operativa.

La funzione, in stretto raccordo con il Comitato Controllo e Rischi della Società e nel rispetto del piano di audit approvato dal Consiglio di Amministrazione, svolge continue attività di monitoraggio ed eventuale aggiornamento del Sistema di Controllo Interno e Gestione dei Rischi della Società, adottando logiche di compliance integrata.

I principali obiettivi del sistema sono:

1. assicurare l'indirizzo delle attività di auditing predisponendo e coordinando la realizzazione del Piano di Audit, basato su un processo strutturato di analisi e prioritizzazione dei principali rischi aziendali, legati all'accadimento di ogni evento, di qualsiasi natura, che possa ostacolare il raggiungimento degli obiettivi di gestione prefissati;
2. valutare l'adeguatezza e l'operatività del sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi, verificando la conformità alle *best practice* nazionali e internazionali;
3. supportare la redazione delle procedure aziendali, verificandone la coerenza con la normativa di riferimento e monitorandone l'applicazione;
4. identificare e valutare le aree di rischio aziendale e definire le opportune azioni per la mitigazione dei rischi, verificandone l'effettiva attuazione;
5. verificare l'affidabilità del processo di attestazione dell'informativa finanziaria;
6. supportare l'Organo di Vigilanza nella gestione del modello organizzativo ex Dlgs. 231/01 della Società, nelle attività di monitoraggio correlate, nonché nel rispetto del Codice Etico della Società, nelle attività di monitoraggio correlate, nonché nel rispetto del Codice Etico.



L'insieme di tali attività, sia con riferimento alla "Gestione dei rischi" che con riferimento al "Sistema di Controllo interno", è svolto sulla base di un sistema procedurale definito che include le metodologie adottate e la suddivisione delle relative responsabilità nell'ambito della definizione, del mantenimento e del monitoraggio del "Sistema di controllo interno e Gestione dei Rischi", nonché per la valutazione della sua efficacia.

In particolare, in relazione all'informativa finanziaria, il Sistema è sviluppato utilizzando come modello di riferimento il CoSO Framework, documentato nel "CoSO Report", secondo il quale il sistema di controllo interno, nella sua più ampia accezione, è definito come un processo, svolto dal Consiglio di Amministrazione, dai dirigenti e da altri soggetti della struttura aziendale, finalizzato a fornire una ragionevole sicurezza sul conseguimento degli obiettivi rientranti nelle seguenti categorie:

- Efficacia ed efficienza delle attività operative
- Attendibilità delle informazioni di bilancio
- Conformità alle leggi e ai regolamenti in vigore.

Snai, a garanzia dei requisiti indicati è dotata di un adeguato sistema di contabilità e reporting amministrativo. La società sviluppa e monitora in via continuativa l'adeguatezza dei flussi informativi e il reporting da e verso il dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari.

Il Codice Etico

L'osservanza del Codice costituisce condizione imprescindibile per il conseguimento della missione aziendale di Snai.

Il Codice Etico esprime gli impegni e le responsabilità che la Società si assume nello svolgimento della sua attività e impegna chiunque faccia parte dell'azienda o operi per suo conto. L'adozione del Codice Etico rappresenta una **dichiarazione pubblica dell'impegno di Snai a perseguire i massimi livelli di eticità nel conseguimento degli obiettivi aziendali** e, più in generale, a condividere i valori di una cultura d'impresa per la quale diviene fondamentale il rispetto degli interessi legittimi e delle esigenze di tutti gli attori, individuali o collettivi, coinvolti nelle pratiche aziendali.

Snai si impegna a promuovere la conoscenza, a rispettare e a far rispettare i principi generali e le norme etiche indicate nel Codice, poiché a tale rispetto, oltre che a fondamentali finalità morali, corrisponde una maggiore tutela dello stesso interesse societario, anche sotto il profilo economico.

Il soggetto preposto alla vigilanza ed al monitoraggio del rispetto delle prescrizioni contenute nel Codice Etico è l'Organismo di Vigilanza.

Sono stati predisposti adeguati strumenti e procedure di prevenzione e controllo sull'osservanza del Codice Etico, per assicurare la trasparenza delle attività e dei comportamenti adottati, intervenendo con azioni di miglioramento continue. L'eventuale inosservanza delle norme è proporzionalmente sanzionata ricorrendo in sede disciplinare e, ove necessario, in sede legale, civile o penale.

Il testo integrale del Codice Etico è a disposizione di tutto il personale sulla intranet aziendale e di terzi sul sito Internet <http://www.grupposnai.it/governance/codice-etico>.

Il modello organizzativo

Snai S.p.A. ha adottato un Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ai sensi del D. Lgs. 231/01 sulla responsabilità amministrativa delle persone giuridiche che prevede un presidio prioritario di potenziali reati correlati alla corruzione sia legati ai rapporti con la Pubblica Amministrazione che ai rapporti con soggetti privati; ciò a garanzia della correttezza, trasparenza e tracciabilità dei comportamenti adottati dalla società a presidio dei rischi di commissione di reati corruttivi. Il Modello è indirizzato a tutti coloro i quali operano con la Società, che sono tenuti a conoscere e rispettare le disposizioni in esso contenute.

In particolare, i destinatari del Modello sono:

- gli **Organi Sociali** (l'organo amministrativo, gli organi delegati, il collegio sindacale, nonché qualsiasi soggetto che eserciti, anche in via di fatto, i poteri di rappresentanza, decisionali e/o di controllo all'interno della Società) e la Società di Revisione;
- il **Personale** (ossia, i dipendenti, i lavoratori parasubordinati e i collaboratori coordinati e continuativi, ecc.) della Società;
- i **Terzi**, ovvero tutti i soggetti esterni: i consulenti, le controparti contrattuali, i fornitori, i clienti, i partner (laddove presenti), la Rete di Vendita, nonché tutti coloro che, pur esterni alla Società, operino, direttamente o indirettamente, per Snai.

Nel corso dell'esercizio 2013, la Società ha effettuato, a seguito dell'evoluzione normativa e dei cambiamenti organizzativi intercorsi, un ulteriore aggiornamento del proprio Modello di Organizzazione Gestione e Controllo con riferimento all'accoglimento, fra gli altri, di taluni ulteriori reati legati alle



› La sala camino della palazzina del peso dell'ippodromo del galoppo di Milano

modifiche apportate agli artt. 25 “Reati contro la Pubblica Amministrazione” e 25-ter “Reati Societari” (ex L. 190/2012 in materia di anticorruzione).

Le aree oggetto di assessment e monitoraggio rispetto all'efficacia di tali presidi sono state:

1) **Aree a Rischio Reato Diretto:**

- a) Gestione dei Rapporti con la Pubblica Amministrazione;
- b) Gestione delle Partecipazioni ai Bandi di Gara;
- c) Ciclo Attivo
 - Gestione dei Giochi e delle Scommesse;
 - Gestione degli Apparecchi da Intrattenimento;
 - Gestione dei Giochi a Distanza;
 - Gestione della Rete di Vendita;
- d) Gestione degli investimenti immobiliari
- e) Gestione rapporti con l'Amministrazione Finanziaria e con gli Organismi di Controllo;
- f) Gestione adempimenti ed ispezioni in materia Giuslavoristica;
- g) Gestione delle sponsorizzazioni, degli omaggi, delle ospitalità e delle spese di rappresentanza;
- h) Gestione del Contenzioso.

2) **Aree a Rischio Reato Strumentali:**

- a) Ciclo Passivo - Gestione dei rapporti con consulenti e fornitori;
- b) Selezione ed amministrazione del personale;
- c) Amministrazione, contabilità e bilancio;
- d) Gestione dei flussi finanziari di tesoreria;
- e) Gestione sistemi informativi;
- f) Pianificazione e controllo.

L'Organismo di vigilanza, previsto dall'art. 6, comma 1°, lett. b) del Decreto Legislativo 08.06.2001 n. 231, viene nominato con mandato triennale, con il compito di vigilare sul funzionamento e sull'osservanza del modello di organizzazione, gestione e controllo all'interno della società, e di curarne il costante aggiornamento, sia per quanto riguarda le modifiche societarie, sia gli interventi normativi inerenti il modello stesso. Il Consiglio di Amministrazione, prima della nomina dei componenti dell'organismo di vigilanza, verifica che i componenti siano in possesso dei requisiti tecnico-professionali e personali necessari per l'espletamento dei compiti. Il testo completo e aggiornato del “Modello di organizzazione, gestione e controllo”, è disponibile sul sito internet di Snai (www.Snai.it) nella sezione Investor Relation.

Operazioni con le parti correlate

Snai ha adottato, il 29 novembre 2010, una propria “Procedura per la disciplina delle operazioni con parti correlate” - in attuazione del Regolamento Consob n. 17221 del 12 marzo 2010 e successive modifiche.

Tale procedura è pubblicata sul sito www.grupposnai.it nella sezione “Governance”.

La Procedura ha lo scopo di garantire che le operazioni con parti correlate vengano compiute in modo trasparente e nel rispetto dei criteri di correttezza sostanziale e procedurale. Inoltre individua le operazioni con parti correlate, attribuendo agli organi coinvolti sia l'esame sia l'approvazione delle operazioni. Gli organi sociali di Snai S.p.A., ciascuno per quanto di propria competenza, nell'individuazione e nell'analisi degli ipotetici rapporti con parti correlate privilegiano la sostanza del rapporto e non semplicemente la forma giuridica dello stesso.

In ottemperanza al disposto della comunicazione Consob n. DEM/10078683 del 24 settembre 2010, che raccomanda alle società di valutare con cadenza almeno triennale se procedere ad una revisione delle procedure, la Società ha avviato la verifica della procedura e, all'esito della verifica medesima, ha ritenuto di apportare talune modifiche/integrazioni alla “Procedura per la disciplina delle operazioni con parti correlate”. Il 27 marzo 2014 il Consiglio di Amministrazione di Snai S.p.A., previo parere favorevole del Comitato per le Operazioni con Parti Correlate, ha approvato talune modifiche alla “Procedura per la disciplina delle operazioni con parti correlate”.



Certificazioni

Snai S.p.A.

Certificazione ISO 9001

Il Sistema di Gestione Qualità di Snai SpA è un sistema fortemente integrato e dinamico. I processi strategici, di business e di supporto sono ampiamente regolamentati nel Sistema sia nel rispetto dei principi generali derivanti dalla norma ISO 9001 che dell'esteso scenario di requisiti e norme proprio del settore di riferimento.

Snai S.p.A. ha ottenuto il primo certificato ISO 9001 nel 1999; da allora il perimetro delle attività certificate si è esteso sino a ricoprire:

- Raccolta del gioco ippico e sportivo;
- Vendita dei concorsi a pronostici su base sportiva;
- Erogazione dei servizi telematici propedeutici alla raccolta delle scommesse ippiche e sportive;
- Conduzione delle reti per la gestione telematica del gioco lecito;
- Gestione, sviluppo e vendita dei giochi di abilità a distanza con vincita in denaro;
- Progettazione e sviluppo dei sistemi SW asserviti alla raccolta ed accettazione dei giochi;
- Gestione servizi di call e contact center.

Per Snai garantire al cliente un servizio di qualità, superiore alla concorrenza, è la chiave per ottenere e mantenere risultati aziendali eccellenti.

Gli esiti delle verifiche finora condotte hanno confermato il governo attivo del sistema di gestione aziendale ed evidenziato la particolare attenzione posta per il rispetto dei livelli di servizio, l'impegno costante nella ricerca di opportunità di miglioramento e nella formazione.

In occasione dell'ultimo audit di sorveglianza, il certificato si è esteso con la verifica dei processi di Call & Contact Center, implementati secondo lo schema SNAI, a seguito della fusione per incorporazione della controllata Festa Srl.

Certificazione ISO 27001

Il Sistema di Gestione per la Sicurezza Informazioni (S.G.S.I.) in Snai si pone come obiettivo quello di **garantire la sicurezza delle informazioni in termini di riservatezza, integrità e disponibilità**, nel rispetto dei requisiti attesi dagli stakeholder di Snai e delle normative vigenti.

Per far ciò sono state definite e applicate delle "misure di sicurezza" volte a ridurre o eliminare le vulnerabilità presenti e, quindi, contrastare gli eventuali danni che le minacce potrebbero arrecare.

Per ottemperare al meglio le prescrizioni descritte, sono stati individuati i seguenti ruoli specifici:

- Comitato Sicurezza Informazioni;
- Responsabile Sicurezza Informazioni;
- Coordinatore SGSI ISO 27001;
- Technological Security Manager.

L'elaborazione di procedure e linee guida finalizzate al conseguimento della certificazione, non ha potuto prescindere da un coinvolgimento completo e costante di tutti i dipendenti, i quali sono stati coinvolti in corsi e seminari dedicati alla presentazione e all'approfondimento delle norme e delle disposizioni deposte.

Il cammino intrapreso da Snai per la definizione del Sistema S.G.S.I., parallelamente allo sviluppo di metodologie ITIL, ha avuto come obiettivo il conseguimento della certificazione ISO 27001, raggiunta nel 2010 e mantenuta nel tempo con continuo e costante proposito di miglioramento ed ampliamento.



Inoltre l'adozione di tale Sistema ha permesso di introdurre una serie di vantaggi, tra i quali:

- certificazione terza di garanzia dei controlli interni e di conformità ai requisiti di governance imprenditoriale e di continuità aziendale;
- imparzialità sull'osservanza delle leggi e delle norme in vigore;
- dimostrazione dell'importanza che Snai attribuisce alla sicurezza delle informazioni affidate;
- definizione di processi, procedure e documentazione a garanzia della sicurezza delle informazioni;
- analisi, valutazione e gestione dei rischi dell'organizzazione e conseguente verifica sulla riduzione del rischio stesso a seguito dell'applicazione delle procedure;
- valutazione periodica e costante monitoraggio delle prestazioni aziendali, tese al continuo miglioramento.

Teleippica

Certificazione ISO 9001 e 27001

La Società ha confermato la sua organizzazione in regime di qualità e sicurezza informazioni, mantenendo ed ampliando il controllo dei servizi erogati mediante il Sistema Integrato di Gestione certificato dal 2007.

Tutte le procedure sono state confermate nel corso delle verifiche ispettive, comprese quelle commissionate recentemente sull'erogazione dei servizi di video on demand, streaming video, così com'è confermata l'operatività della business continuity e dei piani di disaster recovery che permettono di

garantire la continuità di erogazione di tutti i servizi; di pari passo con un sostanziale aggiornamento e miglioramento dell'intranet aziendale.

Ad aprile 2014 la Società ha confermato le certificazioni del sistema SGQA (Sistema Gestione Qualità Aziendale) **e SGSI** (Sistema di Gestione della Sicurezza delle Informazioni), unificato nel Sistema Integrato (SI) e che tutti i processi sono presidiati e gestiti con sistematica applicazione delle regole codificate. Le modalità di gestione operativa assicurano il rispetto degli impegni assunti nei confronti degli stakeholder, garantendo un alto livello di affidabilità. Teleippica ha inoltre programmato il passaggio alla ISO 27001:2013 rinnovata ad aprile 2015.



SNAI E L'ANTIRICICLAGGIO

Snai, quale Operatore che svolge le attività di gestione dei giochi indicate nel D. Lgs. 231 del 2007, all'articolo 14, comma 1, lettera e ed e-bis, è fra i soggetti destinatari degli obblighi previsti da tale decreto in materia di antiriciclaggio. In data 24 dicembre 2013, la Società ha diffuso alla propria Rete la Procedura «*Gestione Delle Attività Antiriciclaggio*» (AML: *Anti Money Laundering*) che fornisce indicazioni puntuali circa le modalità operative da adottare nello svolgimento delle attività di:

- adeguata verifica della clientela;
- archiviazione e conservazione dei documenti raccolti;
- segnalazione delle operazioni sospette.

Attività previste dalla normativa AML

Di seguito, si elencano i principali obblighi in materia di antiriciclaggio:

- adeguata verifica della clientela;
- individuazione e registrazione delle operazioni nel Registro della Clientela/Archivio Unico Informativo;
- limitazione all'uso del contante e dei titoli al portatore;
- individuazione e segnalazione delle operazioni sospette;
- formazione del personale;
- controlli interni;
- contrasto al finanziamento del terrorismo.

Unità organizzative coinvolte nel processo AML

Collegio Sindacale, Comitato Controllo e Rischi, CdA, OdV, svolgono attività di vigilanza sull'osservanza delle norme vigenti in materia antiriciclaggio e contrasto al finanziamento del terrorismo;

Comitato AML svolge attività volte a garantire il presidio efficace dei processi operativi relativi al contrasto del riciclaggio e del finanziamento del terrorismo;

Funzione AML svolge attività di controllo di secondo livello in materia antiriciclaggio con specifico riferimento ai singoli obblighi previsti dalla normativa in materia;

Responsabile della Funzione Antiriciclaggio, referente aziendale in materia di antiriciclaggio e contrasto al finanziamento del terrorismo nei confronti delle Autorità di Vigilanza;

Direzione Affari Legali Societari svolge le attività in materia di antiriciclaggio e di contrasto al finanziamento del terrorismo a supporto del Responsabile della Funzione Antiriciclaggio;

Delegato Aziendale per la Segnalazione delle operazioni sospette, è responsabile della valutazione e dell'eventuale inoltro all'Unità di Informazione Finanziaria delle segnalazioni di "operazioni sospette";

Settore Finanza cura specifiche attività finalizzate al rispetto delle normative antiriciclaggio e di contrasto al finanziamento del terrorismo;

Area Betting cura specifiche attività finalizzate al rispetto delle normative antiriciclaggio e di contrasto al finanziamento del terrorismo;

Wallet & E-Payments, cura specifiche attività finalizzate al rispetto delle normative antiriciclaggio e di contrasto al finanziamento del terrorismo in quanto svolge attività finalizzate al controllo dell'intero processo del "gioco a distanza";

Direzione Machine Gaming, cura specifiche attività finalizzate al rispetto delle normative antiriciclaggio e di contrasto al finanziamento del terrorismo;

Punti di Vendita (nello specifico il personale presente presso la Rete di Vendita: operatore/sportellista, Gestori e Responsabile della Rete di Vendita) che entra in contatto diretto con il cliente e con ogni altra persona che effettua operazioni, è responsabile dell'adeguata verifica.



Il Comitato AML

Il Comitato AML si riunisce con cadenza almeno mensile ed ha come obiettivo e responsabilità le attività istruttoria, analisi e valutazione delle segnalazioni di operazioni sospette, supportando il Responsabile della Funzione Antiriciclaggio ed il Delegato per la Segnalazione di operazioni sospette nella gestione delle relazioni con l'Unità di Informazione Finanziaria (UIF) della Banca d'Italia e con gli altri Organi Investigativi.

- predispone, almeno con cadenza annuale, per il Consiglio di Amministrazione, per l'Amministratore Delegato, per il Comitato di Controllo, per il Collegio Sindacale e per l'Organismo di Vigilanza una relazione contenente:
 - le iniziative intraprese;
 - le disfunzioni accertate e le relative azioni correttive;
 - piano formativo del personale;
 - aggiornamento continuo sulla normativa;
- riferisce, almeno con cadenza annuale, al Comitato di Controllo;

- monitora il rispetto delle scadenze previste nel piano delle azioni correttive alle disfunzioni accertate in occasione dei controlli eseguiti dall'Internal Audit.

La Funzione AML:

- effettua controlli sull'adeguata verifica della clientela;
- si occupa di monitorare la corretta registrazione delle operazioni/rapporti in Archivio Unico Informatico (AUI);
- svolge verifiche inerenti il processo di segnalazione delle operazioni sospette attraverso una analisi degli indicatori di anomalia implementati dalla Società.

Il Responsabile della Funzione AML

Il Responsabile della Funzione Antiriciclaggio:

- riceve le segnalazioni di operazioni sospette dal Comitato AML ed informa il Delegato per la Segnalazione sospetta; una volta ricevuto l'assenso dal predetto delegato, formalizza ed invia la segnalazione di operazione sospetta alla UIF, attraverso il portale INFOSTAT-UIF;
- comunica, tempestivamente, ai Responsabili di Funzione coinvolti nel processo antiriciclaggio e contrasto al finanziamento del terrorismo, gli interventi di adeguamento normativi e i cambiamenti nelle metodologie aziendali di riferimento;
- comunica, ai Responsabili di Funzione, a completamento di ogni sessione di controllo di secondo livello i risultati con evidenza delle eventuali criticità riscontrate allo scopo di consentire la definizione di un adeguato piano di azioni correttive;







SNAIL

LA NOSTRA ATTIVITÀ

L'EVOLUZIONE
DI SNAIL NEL MERCATO
DEL GAMING:
L'IMPLEMENTAZIONE
DELL'OFFERTA
TECNOLOGICA

LA STRATEGIA
DEL GRUPPO

UNA CAPILLARE RETE
DI VENDITA

DIVERSIFICAZIONE
E INNOVAZIONE
LA CHIAVE
DELL'OFFERTA

GLI IPPODROMI

L'EVOLUZIONE DI SNAI NEL MERCATO DEL GAMING: L'IMPLEMENTAZIONE DELL'OFFERTA TECNOLOGICA

**SNAI PUNTA
SULLA DIVERSIFICAZIONE
E INNOVAZIONE TECNOLOGICA
PER ESSERE SEMPRE
ALL'AVANGUARDIA**

Il mercato del gaming più rilevante e sviluppato d'Europa è quello italiano.

In applicazione del D.L. 6 luglio 2012, n. 95, dal 1° dicembre 2012 l'Aams (Amministrazione autonoma dei monopoli di Stato) è stata incorporata dall'Agenzia delle Dogane assumendo la nuova denominazione di Agenzia delle Dogane e dei Monopoli. Tale agenzia regola e gestisce l'intero settore del gioco pubblico, affidando ogni singolo prodotto a uno o più concessionari autorizzati e selezionati tramite appositi bandi di gara.

Snai è presente in tutti i segmenti di gioco o scommessa multiconcessionario autorizzate dallo Stato Italiano.

Il mercato italiano ha visto una pluriennale crescita guidata da innovazione di prodotto, distribuzione capillare e un quadro normativo articolato per contrastare il gioco d'azzardo. Le macchine da gioco (AWP e VLT) e il gioco online hanno avuto, negli anni, una rilevanza crescente nell'offerta complessiva.

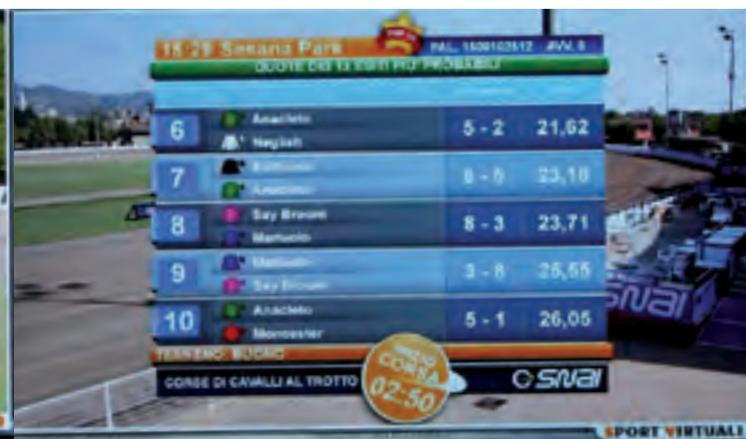
Il modello di funzionamento del settore

In Italia, giochi e scommesse costituiscono un monopolio dello Stato attraverso l'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli.

Tale agenzia regola e gestisce l'intero settore del gioco pubblico affidando ogni singolo prodotto a uno o più concessionari autorizzati e selezionati tramite appositi bandi di gara.

Snai è presente in tutte le tipologie di gioco o scommessa multiconcessionario, autorizzate dallo Stato italiano.

› Schermate di alcuni virtual games offerti da Snai





LA STRATEGIA DEL GRUPPO

Ampliare l'offerta nel rispetto dei principi etici del gioco responsabile.

Il Piano Industriale 2014 – 2016 approvato dal Consiglio di Amministrazione nella riunione del 20 marzo 2014 e successivamente aggiornato nella riunione del 12 marzo 2015 si fonda sui seguenti punti principali::



UNA CAPILLARE RETE DI VENDITA



2.000

PUNTI
CON CONCESSIONE
DI GIOCO
DIRETTA



500

PUNTI
CON CONCESSIONE
DI GIOCO
INDIRETTA



2.500

TOTALE
PUNTI E CORNER
SNAI

Snai è uno dei principali player nel mercato italiano dei giochi e leader delle scommesse: è presente sul territorio italiano con diverse reti, una “fisica” (Punti e Corner Snai) e una online (web e mobile).

La rete di accettazione scommesse dei Punti Snai è distribuita in modo capillare sul territorio nazionale ed è composta da circa 2.500 punti gioco, di cui circa 2.000 con concessione di gioco diretta della Società ed i restanti con fornitura di servizi specializzati ai Concessionari clienti della Società.

I Punti Snai sono negozi specializzati e deputati esclusivamente all'accettazione di scommesse su ippica, sport e, recentemente, anche all'accettazione di scommesse su eventi simulati (virtuali), **dotati di tecnologie all'avanguardia per la diffusione di notizie e informazioni in tempo reale** e per rispondere alle diverse esigenze degli scommettitori.

Oltre alla modalità di gioco tradizionale, si sono diffusi presso gran parte dei Punti Snai i terminali self service: il “Fai-ConMe”, il “My.Self” ed il più recente “BiBest”.

I negozi specializzati sono affiancati dai **Corner Snai**, attivi presso esercizi pubblici (bar, tabaccherie, centri commerciali ecc.) e utilizzano arredi e soluzioni tecnologiche specifiche per ogni singolo ambiente, per integrarsi al meglio con la realtà del punto vendita. Anche i corner utilizzano sistemi d'informazione e accettazione in tempo reale.

La rete online è basata invece sul sito www.Snai.it e su software client dedicati. Tramite la rete digital, è possibile giocare scommesse ippiche e sportive, poker, casinò e skill games, slot online, bingo e, di recente, le scommesse su eventi virtuali. L'offerta del gioco via internet è integrata da SnaiSport e Snai Ippica, applicazioni realizzate per smartphone e tablet pc con sistemi operativi iOS e Android, che consentono di scommettere su qualunque evento sportivo o ippico, mentre per i giochi da casinò è disponibile l'app SnaiRoulette.

	Udm	2014	2013	2012
Numero Punti e Corner Snai	n.	2.500	3.000	2.912
Numero Punti con concessione di gioco diretta	n.	2.000	2.500	2.350
Punti con servizi specializzati ai clienti concessionari	n.	500	500	562



DIVERSIFICAZIONE E INNOVAZIONE LA CHIAVE DELL'OFFERTA

Scommesse sportive e ippiche

Le attività della Società nel comparto dei giochi e delle scommesse sono svolte e regolate nell'ambito di concessioni rilasciate dall'ente regolatore Aams (in applicazione del DI 6 luglio 2012, n. 95, dal 1 dicembre 2012 l'Agenzia delle Dogane ha incorporato l'Aams assumendo la nuova denominazione di Agenzia delle dogane e dei monopoli, Adm. Nel seguito Aams o Adm) attraverso bandi di gara europei succedutisi nel tempo. Snai si conferma leader nel settore delle scommesse con una quota di mercato nell'anno (in termini di raccolta lorda) del brand Snai del 25,66% per le scommesse sportive e del 47,88% per le scommesse ippiche.

Il 2015 ha visto l'introduzione di diverse novità nell'offerta legata al betting: il palinsesto è stato significativamente ampliato con 80 nuovi campionati di calcio, 44 nuovi campionati di basket e altri sport, come pugilato e freccette; anche le scommesse live sono state potenziate arrivando fino a un totale di oltre 5.000 eventi live quotati al mese, una offerta comparabile a quella dei migliori operatori di scommesse internazionali.

I nuovi "prenotatori" consentono agli scommettitori più esperti di velocizzare e personalizzare la composizione delle scommesse, recandosi alle casse solo per completare l'operazione di giocata.

› Terminali di gioco self service all'interno di un Punto Snai

Il lancio di apposite "app" per smartphone e tablet, funzionanti solo all'interno dei Punto Snai, hanno permesso una semplificazione ancora maggiore delle operazioni.

Nel luglio del 2015 sul sito www.snai.it sono stati attivati sette nuovi canali tv in live streaming, che permettono di visualizzare in diretta le immagini provenienti dagli ippodromi italiani: oltre alle corse, sono trasmessi commenti, replay, interviste. I sette canali si sono aggiunti ai tre già esistenti (Unire Verde, Grigio e Blu) che permettono di seguire corse ippiche italiane ed estere, e portano a dieci il numero complessivo dei canali tv streaming vibili su www.snai.it.

Per quanto riguarda le scommesse live, in seguito a un accordo con Vermantia, azienda leader nella realizzazione di soluzioni di gioco per scommesse, sono stati lanciati canali "Snai Live" dedicati al live betting, con un flusso costante di informazioni, statistiche e quote aggiornate in tempo reale su eventi non offerti dalle tv italiane, fino a 2.000 eventi virtuali al mese.

Le scommesse su eventi virtuali, nella seconda metà del 2015, hanno visto l'introduzione di un nuovo prodotto innovativo e iper-realistico, denominato "Calcio più" o "Rush Football 2", grazie a un accordo con Inspired.



Scommesse sull'ippica "Nazionale"

Sono scommesse ippiche a totalizzatore. Si differenziano dalle scommesse ippiche giocate in agenzia per livello di prelievo e quindi per montepremi. Si possono accettare anche nella rete dei punti di accettazione (corner) oltre che nei negozi di scommesse specializzati e negli ippodromi dove si accettano in esclusiva le scommesse ippiche classiche. Si accettano scommesse su vincente, accoppiata, Tris, Quarté e Quinté. Il mercato attende da diversi anni una riforma del settore e i valori di raccolta sono in netta diminuzione anche nel 2013. La raccolta nel 2014 si è attestata a 81 milioni rispetto ai 130 del 2013. Snai ha mantenuto inalterata la quota mercato al 43,1%.

Le novelty bets

La normativa prevede l'accettazione delle scommesse su eventi diversi dalle scommesse sullo sport e sull'ippica quali, ad esempio, l'elezione di Miss Italia, l'assegnazione dei premi Oscar, il Festival di Sanremo, i reality show televisivi, ecc.

› Applicazione Snai Ippica con l'indicazione dello stato corse

Apparecchi da intrattenimento

Snai ha una posizione consolidata nella gestione degli apparecchi da intrattenimento che ha prodotto, nell'anno, una raccolta pari a 2.845 miliardi di euro.

Lato VLT, Snai ha l'obiettivo di **andare incontro alle esigenze manifestate dai clienti** equilibrando l'offerta di gioco proposta dalle due piattaforme attuali ed il miglioramento dei volumi e della redditività attraverso l'apertura di nuove sale arcades di maggiori dimensioni e gestite da partner solidi ed esperti del settore.

Attraverso un progetto di diversificazione distributiva e di ottimizzazione, 1.450 VLT sono state riposizionate in locali dedicati. Ciò ha permesso la stipulazione di contratti con 202 nuovi locali. Inoltre, è stata completata l'attività di abbassamento del livello di Rtp su entrambe le piattaforme.

Nell'ottica di offrire un servizio ottimale al cliente, si è provveduto anche ad ampliare la gamma dei giochi offerti. Nel 2014 il numero di apparecchi installati è cresciuto di 3.171 unità rispetto all'anno precedente.

Lato AWP, Snai mira ad una maggiore integrazione con la rete distributiva mediante la **selezione di partner** sul territorio. Continua lo sviluppo degli apparecchi di proprietà dedicati a selezionati Punti Snai con l'obiettivo di **migliorare la qualità del prodotto e dei servizi offerti**, confermando la validità del modello di disintermediazione. Prosegue inoltre l'attività di **sviluppo qualitativo** attraverso la nascita di partnership con operatori leader per migliorare la produttività dei locali, accelerare lo sviluppo delle AWP in rete, aumentare la competitività e garantire più ampia copertura del territorio.





- › www.snai.it versione mobile: pagina vetrina dedicata a tutto il portafoglio di prodotti mobile



Giochi online

L'offerta Snai è caratterizzata da sempre da un forte aspetto customer oriented: in quest'ottica, la società ha puntato a uno sviluppo dei giochi offerti in modalità online, sia tramite computer sia tramite smartphone o tablet. In questo senso va inter-

pretato il lancio di nuove lobby di gioco che hanno permesso di fruire dei giochi da Casinò e slot anche attraverso device mobile e il continuo aggiornamento dell'applicazione dedicata al betting sportivo che viene di volta in volta modificata per andare più puntualmente incontro alle esigenze dei clienti.

Il comparto digitale (Bingo, giochi di carte in modalità torneo e cash, giochi da casinò e slot on line) ha raccolto nel corso del 2014 739 milioni di euro contro i 999 milioni di euro del 2013: questa diminuzione è prevalentemente dovuta al calo del poker, fenomeno questo che ha caratterizzato tutto il mercato. Le attività più importanti hanno riguardato l'incremento dell'offerta di giochi da casinò, specialmente quella del settore delle slot online e lo sviluppo del canale mobile.

Scommesse su eventi virtuali

Le scommesse su eventi virtuali sono giochi di sorte a quota fissa in cui lo scommettitore sceglie tra più eventi possibili e viene remunerato, in caso di pronostico corretto, con una vincita predeterminata. Snai propone più discipline di virtual games: calcio, automobilismo, ciclismo, speedway, levrieri, ippica al galoppo e al trotto, tennis. Tutte le ambientazioni sono personalizzate, in particolare le corse al galoppo e al trotto si svolgono anche negli ippodromi di Milano e Montecatini. Vengono proposte le scommesse più conosciute dal pubblico e le quote proposte vengono calcolate sulla base della probabilità del verificarsi dell'evento. Nel 2014 la rete a marchio Snai ha raccolto 452 milioni di euro.

- › Sezione interna del sito www.snai.it dedicata alle scommesse live



OBIETTIVI DI SVILUPPO 2015

Rinnovamento dei Punti Snai con nuovo concept, spazi dedicati alle diverse tipologie di gioco, nuove tecnologie per tablet e smartphone

Ampliamento del palinsesto sportivo con nuove discipline, nuove scommesse, significativo incremento del palinsesto "live" con canali tv dedicati

Nuovo software "Calcio Più - Rush football 2" per scommesse su eventi virtuali

Ippica: proposte per nuove scommesse e per una programmazione corse più adatta alla realtà contemporanea.



GLI IPPODROMI

La situazione ippica

Anche il 2014 ha visto Snai Spa e la controllata Società Trenno Srl fortemente impegnate nello sviluppo della propria attività legata all'ippica.

Grazie al Mipaaf, Ministero per le politiche agricole alimentari e forestali, che nel 2012 ha assorbito l'Assi - l'ente preposto all'intera attività ippica italiana – è stata raggiunta una maggior puntualità nel pagamento delle spettanze a operatori e società di corse, che ha permesso la riapertura di diversi impianti, compresi quelli di Montecatini Terme, Roma trotto, Napoli, Grosseto, e di progettare la costruzione di un nuovo impianto del trotto a Milano, inaugurato nel maggio del 2015. In attesa di una riforma del settore stabile e articolata che consenta una pianificazione annuale delle giornate di corse, l'azienda ha messo in atto ogni sforzo. Di concerto con le istituzioni comunali e regionali, sono stati attuati tutti i possibili ammortizzatori sociali per limitare le situazioni di difficoltà.

Gli ippodromi di proprietà

Snai è proprietaria di tre ippodromi italiani: gli impianti del trotto e del galoppo di Milano, con le aree che comprendono le piste di allenamento e le strutture per l'alloggio dei cavalli del galoppo, e l'ippodromo del trotto di Sesana a Montecatini. La gestione di questi stabili è affidata alla controllata società Trenno Srl.

Il Gruppo detiene anche partecipazioni significative negli ippodromi del galoppo di Pisa San Rossore e Roma Capannelle. Per quanto riguarda il rilancio del settore ippico, nonostante la difficile fase di congiuntura e la profonda crisi che sta attraversando questo settore, Snai ha deciso di avviare inizia-

tive che possano contribuire al rilancio del comparto che, tra l'altro, vede coinvolti circa 50.000 addetti a livello nazionale, considerando il diverso personale coinvolto negli allevamenti, negli ippodromi, nelle scuderie, nella cura veterinaria dei cavalli, ecc.

L'ippodromo del galoppo di Milano ha svolto regolarmente la propria attività, arricchendo le proprie giornate di corse con diverse iniziative rivolte al grande pubblico.

Il 9 maggio 2015 è stato inaugurato il nuovo ippodromo del trotto La Maura a Milano.

L'ippodromo di Montecatini ha ampliato la propria offerta di servizi a favore del pubblico.

Per sostenere le attività dei tre impianti ippici, il Gruppo ha proseguito e incrementato il proprio impegno, oltre a pianificare iniziative di promozione e comunicazione in occasione delle più importanti giornate di corse, con l'obiettivo di far conoscere e apprezzare a tutti il fascino e la spettacolarità di questa disciplina sportiva. Gli interventi hanno riguardato:

- creazione del portale web www.ippodromitrenno.it, dedicato ai siti dei tre ippodromi San Siro Galoppo, La Maura Trotto, Sesana Trotto;
- media partnership con principali brand tv, stampa e radio;
- valorizzazione televisiva dell'evento da parte di Teleippica, che ha consentito la trasmissione in diretta delle corse e dei Gran Premi su Sky Sport 220 oltre a garantire un'incisiva copertura delle intere giornate di corse;
- campagne advertising e di comunicazione media con
- format d'immagine coordinata, "promo" tv trasmesso dalle principali emittenti tv nei giorni precedenti l'evento;
- attività di media relation e ufficio stampa;
- creazione di spazi ad hoc per l'hospitality, anche per i più piccoli, ed eventi equestri di grande impatto quali simulazione di caccia alla volpe ed esibizione di amazzoni.

- › Il portale www.ippodromitrenno.it da cui è possibile accedere ai siti dedicati a tre ippodromi: www.sansirogaloppo.it, www.lamauratrotto.it, www.sesana-trotto.it



SITI INTERNET E SOCIAL NETWORK

Nel 2014 è stata lanciata una nuova versione del sito Internet di Trenno, che si è poi evoluta con lo sviluppo di un portale dedicato (www.ippodromitrenno.it) e di tre diversi siti, uno per ciascuno dei tre ippodromi di proprietà di Snai: San Siro galoppo a Milano, Sesana trotto a Montecatini e infine La Maura trotto a Milano.

Ogni sito, aggiornato con frequenza quotidiana, riporta informazioni sulle corse in programma nei tre ippodromi (programmazione, partenti, risultati, ecc.) oltre a un archivio video di tutte le corse disputate; le informazioni sugli ippodromi sono integrate con notizie sugli eventuali eventi collaterali e su iniziative speciali in occasione delle giornate di maggior importanza del calendario.

Gli addetti del settore ippico hanno a disposizione un'area tecnica dedicata che comprende, tra l'altro, le dichiarazioni dei partenti aggiornate in tempo reale. Infine, oltre all'archivio fotografico, il sito opera in piena sinergia con gli account Facebook, Twitter e Instagram di ciascun ippodromo.

Al termine del 2014, l'ippodromo del galoppo di San Siro ha registrato un aumento medio di affluenza di pubblico del 3% circa per giornata di corse, mentre l'ippodromo Sesana di Montecatini ha visto la media delle presenze aumentare del 21% circa.

Ippodromo del galoppo San Siro a Milano

Dotato di una delle migliori piste d'Europa e attrezzato anche per le gare in notturna. Ogni anno ospita due delle corse di Gruppo 1 più importanti del calendario italiano: il Gran Premio di Milano, in giugno, e il Gran Premio del Jockey Club, in settembre. **L'ippodromo è un immenso spazio verde nel cuore della città: ospita al suo interno un importante parco botanico, ricco di alberi secolari e di alcune autentiche rarità.** L'impianto è l'unico al mondo ad aver ottenuto il riconoscimento di "monumento di interesse nazionale", in quanto esempio dell'architettura Liberty in Italia. E' caratterizzato da diversi tracciati ricavati su una superficie di forma ovale, con andamento est-ovest:

La "pista dritta" è lunga 1.600 metri ed offre tre traguardi, a 1.000, 1.200 e 1.400 metri; è larga 34 metri oltre a sette metri di "galoppatoio".

La "pista piana" offre invece tre diverse lunghezze: 2.800 metri sul percorso delle due grandi curve esterne, 2.400 metri sul percorso in curva media e 2.000 metri sul percorso in curva media interna; la larghezza è di 17 metri, che si amplia a 34 nel punto di congiungimento con la pista dritta.



› Fantino e cavallo si avviano alle gabbie di partenza durante una giornata di Gran Premio all'ippodromo del galoppo di Milano

L'area dell'ippodromo comprende anche strutture per alloggio e training dei cavalli, in particolare la pista di allenamento "Trenno" costituita da un tracciato principale in erba lungo 2500 metri, da un anello in sabbia da 1800 metri, da un anello in erba con ostacoli da 1600 metri e da una dirittura sempre in erba da 1800 metri.

Secondo Snai, gli ippodromi devono essere vissuti come spazi di aggregazione e intrattenimento per tutti. Per questo motivo, alla domenica e nei giorni festivi, e comunque in occasione di giornate che prevedono corse "di Gruppo", i bambini hanno a disposizione diverse at-

tività pensate apposta per loro, come intrattenimento con animatori specializzati (giochi, disegno, teatro marionette, baby dance, ecc.) e pony per piccole cavalcate all'interno dell'ippodromo.

Inoltre l'Ippodromo del Galoppo di Milano offre diversi servizi di ristorazione: il ristorante Canter 1920, la Bouvette di Leonardo, il ristorante-pizzeria biologico Hip-Nic, il Chiosco del Tondino e il Bar del Turf.

L'ippodromo è provvisto di tutti i servizi necessari all'organizzazione di eventi e spettacoli, anche non legati al mondo dell'ippica.





› Giornata inaugurale del nuovo ippodromo del trotto di Milano "La Maura" 9 maggio 2015

Ippodromo del trotto La Maura a Milano

Il 9 maggio 2015 è stato inaugurato il nuovo ippodromo del trotto di Milano: si chiama La Maura, dal nome di una antica cascina lombarda che era presente nell'ampia porzione di terreno originariamente dedicato alle piste di allenamento per i cavalli purosangue.

Il nuovo impianto è "impatto ambientale minimo": è stato realizzato utilizzando cubature già esistenti e recuperando materiali a "chilometro zero", come ad esempio il sottofondo, il fondo della pista e lo steccato originale di San Siro trotto. Il tracciato è lungo 1.050 metri con la predisposizione per un prolungamento sino a un miglio (1.609,344 metri), la larghezza è 32 metri, compresi una via di fuga esterna e un open stretch interno da tre metri ciascuna: da subito si è caratterizzato per l'elevata velocità raggiunta dai trottatori, tanto da essere stata definita "una pista da record".

Il pubblico ha a disposizione una comoda tribuna coperta da circa 400 posti, servizi di accoglienza e ristorazione, area scommesse e parcheggio interno. I box permettono di alloggiare fino a 160 cavalli.

L'ippodromo La Maura è stato realizzato da Snai Spa, proprietaria dell'area su cui sorge, ed è affidato per la gestione sportiva alla controllata Società Trenno, delegato del Mipaaf e gestore del complesso ippico di Milano.

La condivisione del progetto con le associazioni di categoria, le parti sociali e con le istituzioni ha consentito di riportare a Milano le corse al trotto, assenti dalla chiusura dell'impianto di San Siro avvenuta alla fine del 2012.

Ippodromo del trotto Sesana a Montecatini Terme

Oggetto di interventi di ristrutturazione e riqualificazione della capacità ricettiva e funzionale, compreso il miglioramento delle piste, l'impianto garantisce i massimi livelli tecnici e qualitativi sia nei confronti di cavalli, driver, allenatori, proprietari e pubblico. L'ippodromo del trotto di Montecatini Terme è uno dei principali impianti del centro Italia, molto radicato del contesto urbano e culturale della cittadina termale.

Da giugno ad agosto le corse si disputano in notturna. Il fulcro della stagione cade ogni anno nel 15 agosto, con il Gran Premio Città di Montecatini, unica corsa di Gruppo 1 al trotto disputata in Toscana. Il "Gran Premio di Ferragosto" è una vera e propria festa per tutti, e ogni anno sono migliaia le persone che assistono alla spettacolare formula che prevede due batterie di qualificazione e una finale. La serata viene chiusa con gli spettacolari fuochi d'artificio. Grazie a significative sinergie attuate con il Comune di Montecatini, la stagione 2014 è stata particolarmente ricca di appuntamenti, sia per quanto riguarda le corse al trotto, sia per gli eventi ospitati all'interno dell'ippodromo, premiati da un'importante affluenza di pubblico, tale da consentire la prosecuzione delle giornate di corse sino all'inizio del mese di dicembre. Anche in questo caso l'obiettivo è rendere l'ippodromo un luogo adatto a accogliere un pubblico variegato, bambini compresi. Infatti l'ippodromo mette a disposizione dei piccoli ospiti un parco giochi a loro riservato, con giostra, scivolo, pista per auto e altri giochi. In occasione dei Gran Premi sono attive altre iniziative dedicate ai bambini.



› Gran Premio Nazionale del 4 luglio 2015, ippodromo del trotto di Milano "La Maura"

La tabella riportata di seguito riassume le principali caratteristiche delle strutture:

Ippodromi	Udm	Galoppo San Siro	Centro Allenamento Galoppo	La Maura	Trotto Montecatini	Ex Trotto San Siro	Ex Centro Allenamento Trotto
area ippodromo	m ²	597.354	582.662	171.400	154.142	130.865	18.323
piste da corsa	m ²	2.805 ml - 178.000 m ²		1.050 ml - 35.872 m ²	805,30 ml - 16.941 m ²	–	–
pista allenamento interna	m	–	pista Trenno 2.503 ml pista Maurina 1.520 ml	910 ml	588,87 ml	–	–
tondini da allenamento	m ²	3.130 m ² - nr 4	6.401 m ² - nr 5	–	675 m ² - nr 1	–	–
tribune e parterre	num. posti	Tribuna Peso 808 Tribuna Principale 2.408 Tribunetta scoperta artieri 50 Tribunetta 2° traguardo 150 Tribunetta 3° traguardo 150 Parterre 6.434	–	Tribuna 400 Parterre 2.000	Tribuna posti a sedere 1.620 Posti in piede e parterre 7.980	–	–
box per cavalli	num.	304	551	143	474	305	280
parcheggi	num. posti	1.243	465	75	1.039	631	–



MILANO TR				STATO CORSE			
1	100	1.00	1.00	MILANO TR	1.00	1.00	1.00
2	100	1.00	1.00	MILANO TR	1.00	1.00	1.00
3	100	1.00	1.00	MILANO TR	1.00	1.00	1.00
4	100	1.00	1.00	MILANO TR	1.00	1.00	1.00
5	100	1.00	1.00	MILANO TR	1.00	1.00	1.00
6	100	1.00	1.00	MILANO TR	1.00	1.00	1.00
7	100	1.00	1.00	MILANO TR	1.00	1.00	1.00
8	100	1.00	1.00	MILANO TR	1.00	1.00	1.00
9	100	1.00	1.00	MILANO TR	1.00	1.00	1.00
10	100	1.00	1.00	MILANO TR	1.00	1.00	1.00

IL CLIENTE AL CENTRO



**IL GIOCO
RESPONSABILE**

**I PRINCIPI DEL GIOCO
SICURO: AFFIDABILITÀ
E TRASPARENZA**

**LE PRINCIPALI
INIZIATIVE DEL 2014**

**LA TUTELA
DEL GIOCATORE
AL CENTRO
DELL'ATTIVITÀ DI SNAI**

**IL PROFILO
DEL NOSTRO CLIENTE**

**DIALOGO CONTINUO
CON I CLIENTI
PER UNA OFFERTA
SEMPRE MIGLIORE**

IL GIOCO RESPONSABILE

Obiettivo di Snai è quello di assicurare agli scommettitori e ai giocatori un ambiente di gioco legale, responsabile e monitorato. I minori sono tutelati, così come le fasce deboli e sensibili, con azioni di prevenzione nei confronti del gioco compulsivo e problematico.

Snai ha da tempo avviato collaborazioni con istituzioni scientifiche e universitarie per approfondire la conoscenza del fenomeno della ludopatia e si è dotata di una serie di regole e di comportamenti atti a individuare prontamente condotte che possano, nel tempo, diventare patologiche, così da poter favorire il tempestivo intervento della necessaria assistenza specialistica.

Inoltre, Snai realizza e diffonde materiali informativi presso i propri punti vendita:

- un **kit informativo** «Gioco Responsabile» realizzato nel rispetto delle linee guida fornite da ADM e del c.d. Decreto Balduzzi. Il kit si compone di cartelli, targhe, adesivi, locandine e folder che riportano:
 - Avvisi sui rischi di dipendenza da gioco
 - Divieto di gioco ai minori e di ingresso nei casi di negozi che hanno come attività prevalente i giochi e le scommesse
 - Informazioni sulle probabilità di vincita dei giochi
 - Ragione sociale e n. concessione del Concessionario autorizzato
 - Loghi e marchi di garanzia
- I materiali di comunicazione sono esposti in tutte le aree del punto

vendita con particolare attenzione anche ad una collocazione mirata in prossimità degli apparecchi di intrattenimento.

- Indicazione ai punti vendita di allestire un'**area dedicata** al Gioco Responsabile
- Il materiale informativo è disponibile anche su formato digitale per un utilizzo autonomo a cura dei punti vendita attraverso **il portale extranet Snai Partner** qualora si rendesse necessaria una ristampa in caso di sostituzione/aggiornamento
- La forza vendita Snai **verifica costantemente durante ogni visita la presenza e la corretta esposizione del materiale informativo** inoltre periodicamente sono inviate delle circolari per sollecitare i punti vendita alla corretta esposizione dei materiali
- Snai inserisce i **messaggi dedicati** al Gioco Responsabile e al divieto di gioco ai minori su tutti i **materiali pubblicitari** in modo da darne la massima diffusione nelle proprie campagne pubblicitarie

Snai proseguirà nel suo impegno volto a sensibilizzare verso il Gioco Responsabile e legale anche attraverso i propri canali telematici.

Sul sito di gioco **SNAI.it**:

- **sezione dedicata al Gioco Responsabile con link dalla home page**
- **loghi di garanzia ADM e formule di avvertimento in home page**:
 - «Giocare può causare dipendenza patologica»
 - «è vietato il gioco ai minori di anni 18»
 - link alle «probabilità di vincita»
- possibilità di impostare i propri limiti di gioco e autoesclusione.



Sull'**App** per il gioco tramite smartphone e tablet:

- formule di avvertimento e loghi di garanzia
- sezione dedicata al Gioco Responsabile

Sulle pagine Snai dei principali **social network** saranno inoltre periodicamente lanciati dei post e dei contributi della redazione interna volti a sensibilizzare verso il Gioco Responsabile, i rischi sulla dipendenza da gioco e il divieto di gioco per i minori.

Saranno realizzati dei **banner dedicati al Gioco Responsabile** che saranno programmati sia **sulle pagine internet e social** di Snai sia sulle pagine dei principali partner editoriali e pubblicitari.

LA NORMATIVA

La cosiddetta “legge Balduzzi”, n. 189 del 8 novembre 2012, ha introdotto, per la prima volta nel nostro Paese, alcune norme per contrastare ludopatie e fenomeni di gioco minorile. In particolare, la legge prevede limitazioni agli annunci pubblicitari per giochi e scommesse, l'obbligo di avvisi e avvertenze sui rischi da gioco patologico, trasparenza circa le reali probabilità di vincita dei diversi giochi e concorsi, rigidi divieti di accesso per i minori ai locali da gioco.

I messaggi pubblicitari, in qualsiasi forma vengano comunicati, devono contenere:

- il riferimento alla denominazione sociale del Concessionario la cui offerta di giochi è pubblicizzata e al numero di concessione sui giochi detenuta dallo stesso;
- messaggi di avvertimento relativi al divieto di gioco per i minori e l'indicazione del logo 18+;
- messaggi di avvertimento sul rischio di dipendenza dalla pratica del gioco, mediante un messaggio sintetico e chiaro che evidenzia la possibilità che il gioco determini dipendenza patologica;
- la percentuale di probabilità di vincita che il giocatore possiede nella singola giocata. Qualora la percentuale non sia definibile, deve essere indicata la percentuale storica per giochi simili;
- la possibilità di consultazione di note informative sulle probabilità di vincita e/o sulla percentuale della raccolta destinata a montepremi tramite un riferimento alla disponibilità delle stesse sul sito del Concessionario e dell'Agenzia delle dogane e dei Monopoli, oltre che nei punti di raccolta dei giochi.

Viene stabilito inoltre il divieto di:

- rilascio di messaggi pubblicitari relativi ai giochi con vincita in denaro nel corso di trasmissioni televisive, radiofoniche, di rappresentazioni teatrali o cinematografiche rivolte ai minori e nei trenta minuti antecedenti e successivi alla trasmissione delle stesse;
- pubblicità, in qualsiasi forma, sulla stampa quotidiana e periodica destinata ai minori e nelle sale cinematografiche in occasione della proiezione di film destinati alla visione di minori.

I PRINCIPI DEL GIOCO SICURO: AFFIDABILITÀ E TRASPARENZA

Snai rispetta i **principi del gioco sicuro**, garantendo un'offerta di gioco trasparente e affidabile.

- **Affidabilità nei sistemi di gestione del gioco**

Per tutte le soluzioni di gioco o scommessa offerte al pubblico, Snai utilizza tecnologie e software con i più elevati standard di affidabilità e sicurezza, per garantire la massima tutela ai propri clienti. Il sistema di gestione delle transazioni prevede l'emissione dei ticket di gioco o scommessa solo dopo che il collegamento in tempo reale con Sogei, la struttura informatica del Ministero delle Finanze, ha confermato l'accettazione della giocata. In questo modo, si ha l'assoluta garanzia della validità della giocata e di conseguenza del pagamento dell'eventuale vincita. Il sistema di accettazione appena descritto è sempre valido, sia nei Punti e Corner Snai, sia per il sito Internet www.snai.it, sia per le applicazioni per il gioco con apparati mobili (tablet e smartphone).

- **Massima sicurezza nelle transazioni**

Il gioco effettuato via Internet, tablet e smartphone, è sottoposto a rigorosi controlli destinati soprattutto alla tutela delle transazioni nella gestione dei conti gioco. In Italia non è consentito scommettere utilizzando carte di credito o debito, ma solo tramite appositi conti gioco. Le operazioni di gestione dei conti, in particolare per le ricariche effettuate con carta di credito, sono sottoposte a crittazione con sistema SSL128.

Le richieste di prelievo dai conti gioco sono soddisfatte tramite bonifico bancario o sistema equivalenti con operazioni pienamente tracciabili, a tutela dei titolari dei conti gioco. Questi ultimi, in ogni momento, possono contattare un numero telefonico loro dedicato per eventuale assistenza.

- **Rispetto delle normative in vigore**

Snai pone massima cura nel rispetto delle normative in vigore in tema di gioco sicuro. Oltre alla sicurezza garantita dalle tecnologie applicate, l'azienda si è prontamente allineata a quanto previsto dalla cosiddetta "legge Balduzzi" in tema di prevenzione del gioco compulsivo e di tutela dei minori, adeguando tutta la propria comunicazione, sia istituzionale che pubblicitaria, e sensibilizzando l'intera rete di vendita circa gli obblighi e i divieti stabiliti dalla legge, compreso il divieto di accesso ai locali da gioco da parte dei minori.

- **Riservatezza**

La riservatezza nei confronti dei giocatori e scommettitori viene garantita e rispettata a tutti i livelli, sia nei singoli punti di accettazione scommesse, sia per quanto riguarda i conti gioco per il gioco online. I titolari di un conto gioco Snai, pur avendo a completa disposizione l'assistenza del call center, possono gestire il conto stesso in modo indipendente, a maggior tutela dei dati sensibili.

Nel 2014 non sono stati registrati reclami per quanto riguarda eventuali violazioni alla riservatezza dei giocatori.

Gli altri aspetti fondamentali della strategia di responsabilità di Snai riguardano la **valorizzazione delle reti di vendita e il rilancio del settore ippico**.



Partendo dal presupposto che le scommesse sportive e ip-piche costituiscono il *core business* aziendale e che la capillarità sul territorio di Punti e Corner Snai costituisce un valore fondamentale, l'azienda ha deciso di avviare un'azione a tutela dei propri punti di accettazione, di valorizzazione dell'offerta, di iniziative tese a fidelizzare la clientela verso i punti gioco con il marchio Snai.

Questa decisione trova spunto anche nel presupposto che solo le reti autorizzate (sia "fisiche" sia online), legali e controllate, permettono di offrire garanzie di trasparenza e affidabilità a tutela dei giocatori e di prevenzione del gioco compulsivo.

**IL CONCESSIONARIO
AGISCE IN FORZA DI
UN'AUTORIZZAZIONE STATALE.
E' LEGATO A PRINCIPI ETICI
CHE IMPONGONO
IL PIENO RISPETTO
DELLE NORME IN VIGORE
E L'IMPEGNO
PER LA SALVAGUARDIA
E LA TUTELA
DEI PROPRI CLIENTI.**



LE PRINCIPALI INIZIATIVE DEL 2014

STUDI E RICERCHE SULLA COMPRESIONE DEL FENOMENO DELLA LUDOPATIA

Snai ha istituito una collaborazione con l'Osservatorio Internazionale sul Gioco dell'Università di Salerno (www.osservatorigioco.it) per lo studio del fenomeno delle ludopatie e la tracciabilità delle sue evoluzioni. L'obiettivo è stato quello di creare un gruppo di studio continuativo per comprendere il fenomeno a fondo, identificarne le reali dimensioni e i trend, definendo i processi e le azioni più efficaci per la tutela del cliente-giocatore. L'Osservatorio, dal 2013 ad oggi, ha sviluppato con il supporto di Snai, studi mirati alla rilevazione del fenomeno e dei comportamenti che lo identificano.

L'Osservatorio si avvale anche degli studi contenuti nell'indagine quantitativa realizzata da Astra Ricerche per Snai e per l'Osservatorio sul tema «Gli Italiani, i giochi, le scommesse e la ludopatia». Questo studio si concentra sugli aspetti della conoscenza e della misurazione delle motivazioni che sono alla base del fenomeno della ludopatia. Nell'ambito di tale progetto è stato organizzato presso l'Università di Salerno il convegno «Ludi Universum» che ha proposto un'analisi multidisciplinare e dei profili evolutivi del gioco pubblico coinvolgendo operatori del settore, istituzioni di riferimento, opinione pubblica e organi di stampa.



FORMAZIONE DEL PERSONALE E DEI RETAILER

Personale interno

- Snai ha costantemente aggiornato e sensibilizzato la rete commerciale dei propri area manager e tutte le figure di raccordo con i punti di vendita in merito al Gioco Responsabile e al divieto di gioco ai minori.
- Tutti gli interlocutori sono stati formati affinché verificassero la presenza e il corretto posizionamento presso i Punti Vendita del «Kit di comunicazione Gioco Responsabile» (realizzato in base alle indicazioni ADM e alla normativa cosiddetta Balduzzi) e di segnalare, eventuali anomalie e/o mancanze direttamente ai reparti incaricati da Snai per il controllo e la fornitura dei materiali.

Retailer

- L'attività di comunicazione è stata svolta costantemente anche verso i retailer attraverso il portale di servizio in extranet «SNAIPartner» dedicato ai gestori dei punti vendita
- Su SNAIPartner è stata creata una sezione dedicata in cui sono presenti i materiali del «Kit Gioco Responsabile» scaricabili autonomamente dai gestori.
- Periodicamente sono state inviate delle circolari di remind per sollecitare i gestori alla corretta esposizione dei materiali.
- È stata inoltre costante l'attività di formazione specifica presso il Punto Vendita al retailer da parte della rete degli area manager Snai.

COMUNICAZIONE SUI PUNTI VENDITA E ON LINE PER INCENTIVARE IL GIOCO RESPONSABILE E CONTRASTARE IL GIOCO ILLEGALE



Al fine di favorire e sostenere il gioco responsabile sono state avviate le seguenti attività:

- **Campagna di comunicazione nei punti vendita a favore del gioco autorizzato**, finalizzata a informare i giocatori dai rischi derivanti dal gioco illegale
- **Investimenti in azioni legali a difesa della rete distributiva autorizzata da ADM e a tutela dei consumatori**
- **Diffusione a tutti i punti vendita Snai di un KIT informativo «Gioco Responsabile»** realizzato nel rispetto delle linee guida fornite da ADM, contenente cartelli, targhe, adesivi, locandine con diciture a tutela di minori e a supporto del Gioco Responsabile.

I materiali di comunicazione sono esposti in prossimità degli apparecchi di intrattenimento.

Inoltre ai retailer è stato richiesto di allestire un'area del Punto Vendita dedicata all'informazione sul Gioco Responsabile.

Le informazioni riportano:

- avvisi sui rischi di dipendenza da gioco e divieto di gioco ai minori
- informazioni sulle probabilità di vincita dei giochi
- ragione sociale e n. concessione del Concessionario autorizzato

Il materiale è disponibile presso: i negozi di gioco/scommessa, le sale dedicate alle Vlt, le sale giochi con area Vlt e le sale bingo, ippodromi e locali in cui sono presenti le AWP.

LA TUTELA DEL GIOCATORE AL CENTRO DELL'ATTIVITÀ DI SNAI

La tutela del giocatore è fondamentale per Snai che opera sempre nel rispetto delle normative vigenti e si adegua alle evoluzioni che esse subiscono.



› Particolare dell'interno di un Punto Snai

Nell'ambito della tutela del giocatore, Snai ha adottato e fatti propri alcuni Codici e direttive:

- ha aderito al **Codice di autodisciplina della pubblicità** promosso da Confindustria: il codice è ispirato alle linee guida approvate dalla European Lotteries Association, oltre a best practice internazionali, e prevede che il gioco sia sempre promosso e presentato in modo responsabile, tramite una comunicazione leale, corretta e sempre a tutela dei minori.
- ha da subito fatte proprie le norme relative alla comunicazione pubblicitaria previste dalla cosiddetta **Legge Balduzzi** (legge 8 novembre 2012 n. 189), entrata in vigore il 1 gennaio 2013. Questa nuova legge definisce ulteriori precise indicazioni non solo per quanto riguarda la comunicazione ma anche all'intera gestione dei giochi.

- ha adottato la **“Carta dei servizi per il gioco a distanza”** emanata da ADM con l'obiettivo primario di “assicurare ai giocatori un ambiente di gioco legale e responsabile, regolamentato e monitorato costantemente, per garantire un gioco responsabile, tutelando in particolare minori e fasce deboli e sensibili a fenomeni quali il gioco problematico”.

In tutti i Punti e Corner Snai, sul sito internet, su tutti i ticket scommessa o ricevuta di gioco, nonché in tutta la comunicazione pubblicitaria, sono presenti le informazioni di garanzia relative ai rischi di compulsività derivanti dal gioco non consapevole.

Grazie al logo 18+ Snai ricorda ai propri clienti che tutti i giochi con vincita in denaro sono riservati ai maggiorenni.

IL PROFILO DEL NOSTRO CLIENTE

Snai ha commissionato a AstraRicerche una ricerca quantitativa per conoscere meglio le caratteristiche dei propri clienti.

Lo studio è stato realizzato a febbraio 2014 tramite 1.517 interviste su un campione rappresentativo degli italiani tra i 18 e i 74 anni, pari a circa 43.400.000 soggetti.

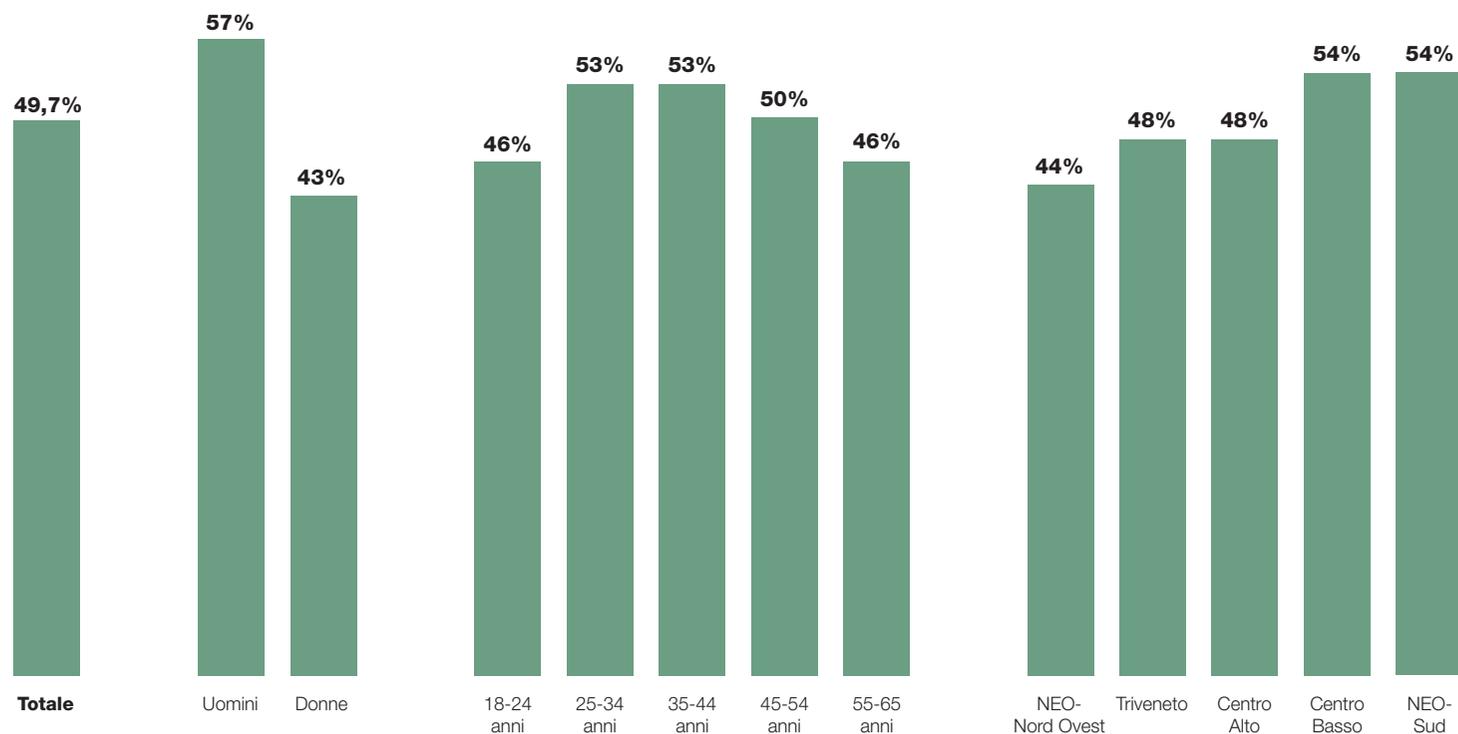
Al campione è stato chiesto di indicare con che frequenza pratica ognuno dei segmenti di gioco e scommesse riportati.

Il 49,7% degli italiani afferma di effettuare giochi o scommesse almeno una volta al mese.

La percentuale sale al 57% negli uomini, cresce con l'età (passando dal 46% dei 18-24enni al 53% dei 25-34enni e 35-44enni, per poi diminuire nella successiva decade di età fino al 46%), e ha un aumento passando dalle regioni settentrionali a quelle meridionali (dal 48% al 54%).

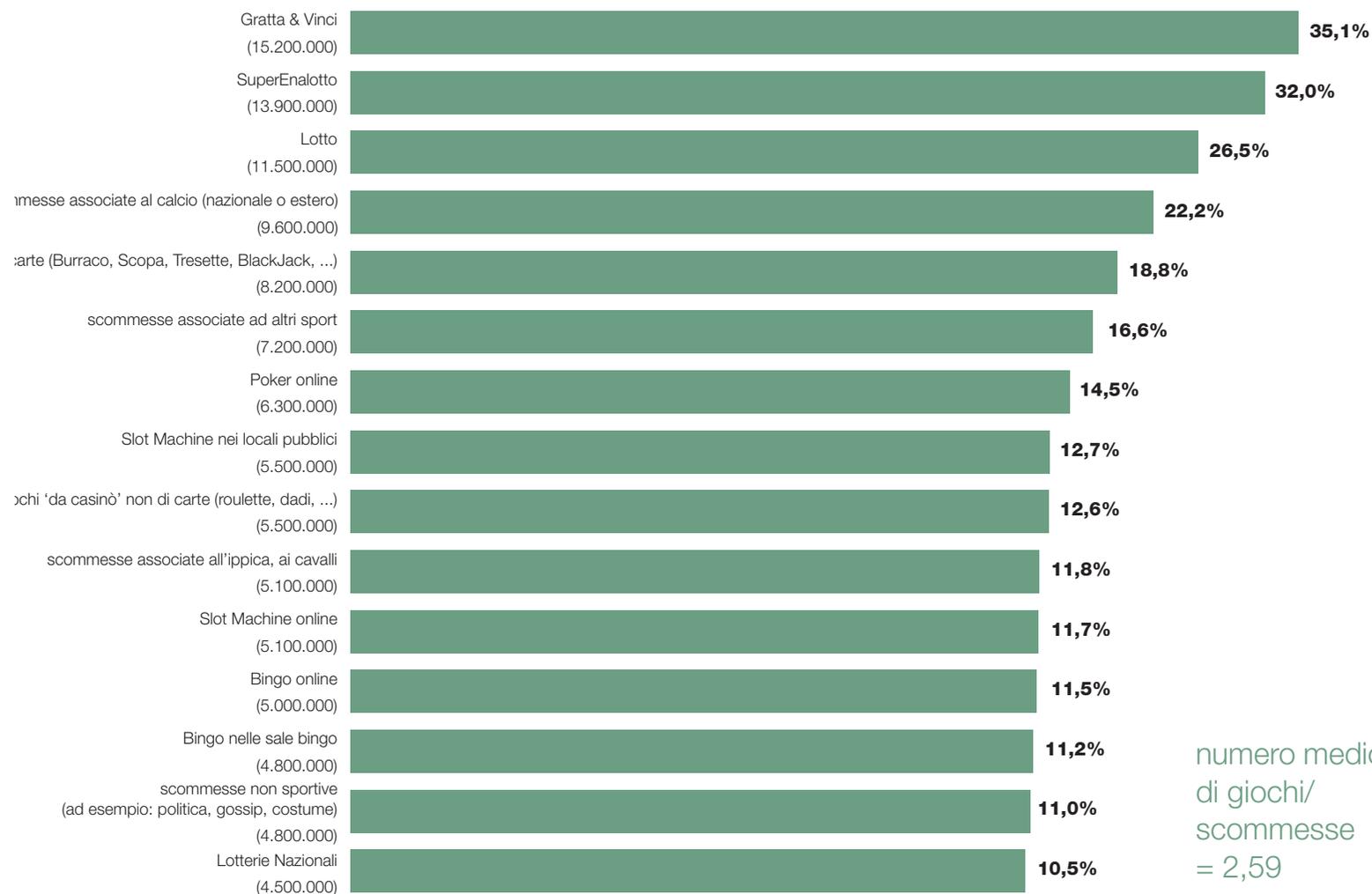
GIOCATORI ATTUALI (FREQUENZA SETTIMANALE + MENSILE)

Giocatori almeno mensili





I GIOCHI E LE SCOMMESSE PRATICATE ALMENO UNA VOLTA AL MESE



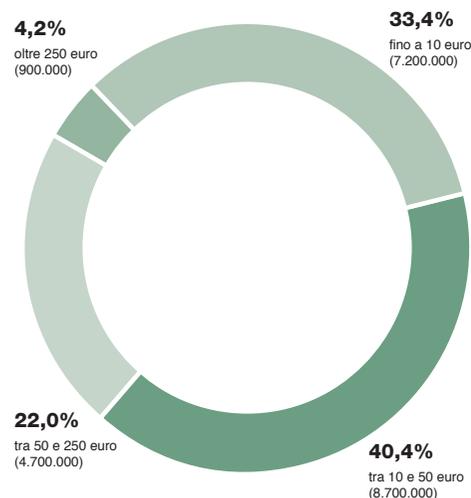
numero medio
di giochi/
scommesse
= 2,59

Per circa un terzo degli intervistati (33,4%) la spesa è inferiore ai 10 euro al mese (in diminuzione rispetto al 46,2% del 2013).

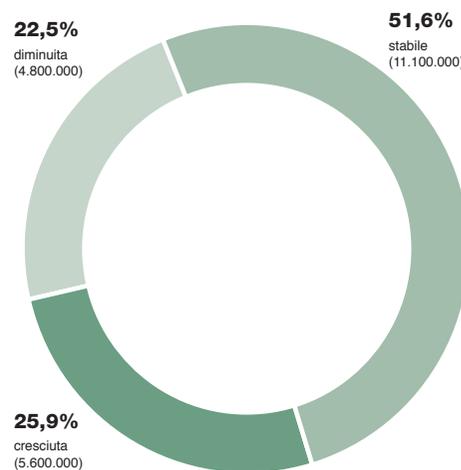
Dai dati emersi dalla ricerca Astra, risulta che solo il 2% degli intervistati è ad alto o altissimo rischio di ludopatia, la gran parte dei giocatori si colloca infatti in una fascia di rischio bassa o nulla.

Non si rilevano differenze tra i due generi sessuali e tra le diverse aree geografiche, mentre sono i più giovani ad aumentare le proprie spese in questo ambito.

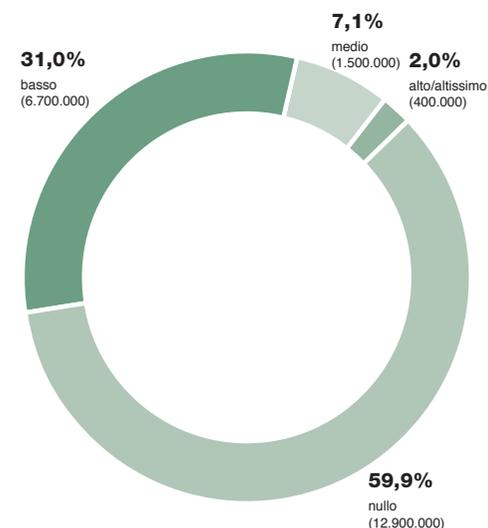
LA SOMMA MENSILE UTILIZZATA PER GIOCARE



IL TREND NEGLI ULTIMI 2 ANNI DELLA SOMMA MENSILE UTILIZZATA PER GIOCARE



SUPERINDICE DI RISCHIO DI LUDOPATIA



Le persone a rischio ludopatia sono coloro che:

- dedicano al gioco più di 5 ore alla settimana
- spendono mensilmente per giochi e scommesse più di 250€
- spendono mensilmente per giocare o scommettere una discreta parte o più rispetto alla propria disponibilità economica

- quando giocano provano “la sensazione di non poterne fare a meno” e “euforia, eccitazione”
- si definiscono “schiavi del gioco” e “maniaci”
- dichiarano “giocare, scommettere per me è un’attività essenziale, molto importante”; “certe volte mi sento costretto a giocare/

- scommettere”; “certe volte non riesco a smettere di giocare/scommettere”; “la gente mi considera un giocatore/scommettitore incallito, un po’ maniaco, ossessivo”
- giocano perché non sanno farne a meno
- si definiscono “incapace di controllarsi”.



DIALOGO CONTINUO CON I CLIENTI PER UN'OFFERTA SEMPRE MIGLIORE

L'ascolto e il confronto con i clienti resta un elemento fondamentale nella strategia di Snai.

Dal gennaio 2014 Festa ospita il Centro Servizi Snai che opera secondo le logiche di Customer Relationship Management ed è il punto di primo contatto con il Cliente (Punto Snai e Cliente Scommettitore).

Il Centro Servizi riveste un ruolo essenziale e strategico all'interno del Gruppo gestendo con una risposta efficiente e immediata, le richieste del Punto Snai avvalendosi, dove necessario, dell'escalation verticale verso le funzioni aziendali specialistiche.

In particolare sono a disposizione tre linee di contatto a seconda delle differenti esigenze:



"HELP DESK"

è il supporto logistico, organizzativo, amministrativo, fiscale e giuridico su argomenti direttamente funzionali all'accettazione e alla raccolta delle scommesse e dei giochi e tecnico in relazione ai materiali tecnologici e risponde, 7 giorni su 7 dalle 8 alle 24, a numero verde, mail e fax.

L'accesso al servizio telefonico avviene attraverso identificazione del cliente (codice LOC-ACC-ARM & PIN) e ad avvenuto riconoscimento vengono proposti menù di assistenza in linea coi prodotti presenti nel Punto Snai.



SNAI CARD

è il supporto ai giocatori e scommettitori che utilizzano i servizi compresi nel marchio "SNAICard" e risponde, 7 giorni su 7 dalle 8 alle 24, al numero verde, alla casella email ed alle richieste veicolate attraverso il portale www.snai.it

L'assistenza telefonica si avvale di IVR in grado di fornire indicazioni sulle tematiche più richieste oppure instradare il cliente verso il colloquio coi nostri operatori.



INFO SNAI

è il supporto ai giocatori sulla riscossione delle vincite e agli ispettori ADM/SIAE/Organi di controllo per le verifiche AWP e risponde attraverso un numero verde.

Oltre ai canali di assistenza al cliente, Snai ha continuato a utilizzare canali social, (Facebook, Twitter, Youtube e Instagram), sempre più considerati veicoli di ascolto e contatto "caldo" e partecipativo con i clienti e non. Attraverso questi strumenti vengono raccolte giornalmente osservazioni, consigli ed anche richieste di prima assistenza rispetto a problematiche legate al gioco o a regolamenti o allo sviluppo di nuovi prodotti.





SNAI E LA RELAZIONE CON GLI STAKEHOLDER

STATO E ISTITUZIONI

IL PERSONALE

PUNTI E CORNER SNAI

**IL PORTALE
SNAIPARTNER
PER DIALOGARE
CON I PROPRI
PUNTI VENDITA**

FORNITORI

COMMUNITY

**AZIONISTI
E INVESTITORI**

STATO E ISTITUZIONI

In Italia i giochi e le scommesse sono riserva dello Stato che, per il tramite dell'organizzazione dell'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli, controlla e regola il settore del gioco pubblico.

Snai è presente in tutte le tipologie di gioco o scommessa multiconcessionario autorizzate dallo Stato italiano e di conseguenza la relazione tra Snai e Adm è continua e di vitale importanza nell'attività del Gruppo.

L'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli ha il compito di disegnare le linee guida per una dinamica e razionale evoluzione del settore,

NEL CORSO DELL'ANNO, LA RACCOLTA COMPLESSIVA SU GIOCHI E SCOMMESSE HA CONSENTITO ENTRATE ERARIALI PER CIRCA

8,5

MILIARDI DI EURO

prevenire e verificare costantemente la regolarità del comportamento degli operatori e contrastare i fenomeni illegali.

All'ente regolatore è attribuita la gestione dei giochi e delle scommesse e il controllo sul corretto operato dei singoli concessionari, e sulla certificazione delle vincite, a tutela della piena regolarità del gioco.

Il modello di concessione permette quindi allo Stato italiano, rappresentato da Adm, di controllare il mercato legale del gioco e i suoi attori. Il concessionario è il titolare del diritto di esercitare una prerogativa dello Stato. Il ruolo di concessionario presuppone quindi

il rispetto delle leggi e dei regolamenti che disciplinano l'intero comparto ma anche di conformarsi a regole stringenti in materia di lotta all'antiriciclaggio, tutela dei giocatori e dei minori, gioco responsabile.

Sogei – Società Generale d'Informatica – è un'azienda controllata dal Ministero dell'Economia e delle Finanze, cui spetta, tra l'altro, la gestione del sistema informativo del gioco pubblico per conto di Adm.

Ogni singolo terminale per l'accettazione di scommesse, ogni VLT e ogni singolo gioco offerto via Internet, sono collegati in tempo reale con i server di Sogei. Questo permet-

te un **costante monitoraggio dell'attività dei singoli concessionari, e offre ai giocatori la massima tutela sotto l'aspetto della regolarità**: per ogni scommessa o giocata, **Sogei emette un numero identificativo univoco che conferma l'accettazione della giocata o della scommessa, oppure l'effettiva iscrizione al torneo**. Tutto questo, oltre a permettere la completa trasparenza delle transazioni monetarie – importi giocati, vincite pagate, prelievi fiscali – porta al massimo livello possibile la tutela del giocatore che si rivolge a un'offerta autorizzata.





IL PERSONALE

L'ambiente di lavoro

La crescita del Gruppo Snai trova il suo fondamento nella gestione e nello sviluppo dei rapporti con il proprio personale e quindi nell'offrire - a tutti i livelli - un ambiente di lavoro sicuro, sano e confortevole.

A seguito delle evoluzioni del business emerge la continua necessità di presidiare nuove attività e nuovi processi. L'obiettivo della Società è quello di cercare di ricoprire le nuove posizioni, per quanto possibile, attraverso un processo di mobilità interna al fine di valorizzare le competenze interne e allo stesso tempo dare l'opportunità alle risorse umane dell'azienda di ampliare la propria esperienza professionale. In questo senso anche nel corso del 2014 si è dato un forte impulso alla job rotation interna.

Composizione

Al 31 dicembre 2014 la forza lavoro di Snai S.p.A. e delle società controllate era composta da **690 unità**, di cui 27 dirigenti, 598 tra quadri ed impiegati e 65 operai.

Gli uomini sono nel complesso 350 (50,72% della forza lavoro), le donne 340 (49,28% della forza lavoro).

Gli uomini sono nel complesso 341 (51,03% della forza lavoro), le donne 331 (48,97% della forza lavoro).

Dipendenti per genere		Udm	2014			2013			2012		
			Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne
Gruppo Snai	Dipendenti	(num)	690	350	340	672	341	331	731	358	373
	Dipendenti	(%)	100%	51%	49%	100%	51%	49%	100%	49%	51%

Già a partire dal 2013, il personale con contratto a tempo indeterminato è stato stabilizzato nella quasi totalità. Il Gruppo ha fatto ricorso al tempo determinato per lo start-up di nuove agenzie di proprietà.

Dipendenti per tipologia di contratto		Udm	2014			2013			2012		
			Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne
Gruppo Snai	Tempo indeterminato	(num)	664	339	325	648	328	320	711	342	369
	Tempo determinato	(num)	26	11	15	24	13	11	20	16	4

La quasi totalità del personale opera in regime di tempo indeterminato e con contratti di lavoro full-time. Gli attuali contratti part-time sono in prevalenza riferiti alle lavoratrici madri o al personale operante presso i negozi di proprietà.

Dipendenti a tempo indeterminato per orario di lavoro		Udm	2014			2013			2012		
			Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne
Gruppo Snai	Full-time	(num)	591	326	255	554	304	250	560	307	253
	Part-time	(num)	109	24	85	94	24	70	152	36	116





> Dettaglio dei terminali di gioco self service all'interno di un Punto Snai

47%

personale femminile in entrata

17,8%

personale laureato,
di cui il 9% femminile

104

personale in entrata

Con l'introduzione di figure altamente strategiche, vi è stato un crescendo del personale in possesso di laurea rispetto agli anni precedenti.

Composizione del personale per titolo di studio		Udm	2014			2013			2012		
			Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne
Gruppo Snai	Laurea	(num)	123	61	62	117	56	60	121	55	66
	Diploma	(num)	400	193	210	392	186	206	490	219	271
	Altro	(num)	166	57	109	52	20	32	120	84	36

Il 53% del personale in entrata è rappresentato da uomini, in controtendenza rispetto al 2013.

Persone in entrata e in uscita suddivise per genere		Udm	2014		2013		2012	
			Lavoratori in entrata	Lavoratori in uscita	Lavoratori in entrata	Lavoratori in uscita	Lavoratori in entrata	Lavoratori in uscita
Gruppo Snai	di cui Uomini	(num)	55	43	53	60	90	65
		(%)	53%	54%	43%	36%	57%	55%
	di cui Donne	(num)	49	37	71	107	67	53
		(%)	47%	46%	57%	64%	43%	45%

Nel 2014 la fascia d'età fino ai 30 anni è quella che più rappresenta i lavoratori in entrata con il 46%.

Persone in entrata e in uscita suddivise per fasce d'età		Udm	2014		2013		2012	
			Lavoratori in entrata	Lavoratori in uscita	Lavoratori in entrata	Lavoratori in uscita	Lavoratori in entrata	Lavoratori in uscita
Gruppo Snai	fino a 30 anni	(num)	49	34	33	26	52	18
		(%)	46%	43%	27%	16%	33%	15%
	da 30 a 50	(num)	48	35	82	108	89	74
		(%)	45%	44%	67%	65%	57%	1%
	oltre i 50	(num)	9	11	8	33	16	26
		(%)	8%	14%	7%	20%	10%	22%



Turnover (+)	Udm	2014	2013	2012
Turnover lavoratori Gruppo	(%)	12%	25%	15%

* lavoratori dimessi / totale della tabella "Dipendenti per tipologia di contratto"

Il Gruppo Snai garantisce la piena applicazione dei principi contenuti nei contratti collettivi nazionali applicati nelle diverse tipologie di azienda, Snai S.p.A. adotta il CCNL dell'industria, integrato da un contratto aziendale che prevede anche l'erogazione di premi di risultato conseguenti al raggiungimento di determinati parametri, nonché il CCNL Commercio per le agenzie, il CCNL delle Radiotelevisioni Private per Teleippica ed il CCNL Corse Cavalli per i due ippodromi di proprietà. All'interno dell'ippodromo viene altresì utilizzato un apposito contratto per l'inquadramento del personale addetto alla raccolta delle scommesse (c.d. addetti al totalizzatore).

Percentuale di dipendenti coperti da contratti collettivi	Udm	2014	2013	2012
Snai S.p.A.	(%)	100%	100%	100%
Festa	(%)	100%	100%	44%
Teleippica	(%)	100%	100%	100%
Trenno	(%)	100%	100%	100%

Valutazione delle performance

Il Gruppo Snai è convinto **che la crescita aziendale passi attraverso lo sviluppo delle persone** che vi lavorano e quindi il loro coinvolgimento è determinante per il raggiungimento degli obiettivi aziendali.

Tale linea di tendenza si ritrova nelle iniziative di **valutazione delle competenze** diffuse per tutti i dipendenti del Gruppo, per il premio di risultato legato ad obiettivi di redditività, per le **politiche di management by objective** individuale che raggiungono il 15% dell'organico, nonché nelle **iniziative di equilibrio tra lavoro e vita privata**, come il finanziamento per l'asilo, il part-time post maternità, il sistema diffuso di convenzioni aziendali.

Percentuale di dipendenti che riceve valutazioni delle performance per categoria		Udm	2014	2013
Snai S.p.A.	Dirigenti	(%)	5,07	4,33
	Quadri	(%)	8,03	8,20
	Impiegati	(%)	85,62	85,88
	Operai	(%)	1,27	1,59
Festa	Dirigenti	(%)	0,00	0,00
	Quadri	(%)	0,00	1,59
	Impiegati	(%)	96,67	95,24
	Operai	(%)	3,33	3,17
Teleippica	Dirigenti	(%)	1,75	1,72
	Quadri	(%)	7,02	0,00
	Impiegati	(%)	91,22	98,28
	Operai	(%)	0,00	0,00
Trenno	Dirigenti	(%)	0,00	0,00
	Quadri	(%)	0,00	0,00
	Impiegati	(%)	0,00	0,00
	Operai	(%)	0,00	0,00

Il processo di valutazione delle performance, introdotto nel 2012, ha visto nel corso del 2013 e del 2014 la sua realizzazione partecipata dall'intera azienda. Ogni persona si è cimentata sia nel momento della ricezione del feedback che in quello dell'autovalutazione.

Il coinvolgimento di tutta l'azienda nel processo ha consentito di gettare le basi per un ampliamento della valutazione non solo top down. Ciò ha permesso di attivare piani di azione personale che impegnano ciascuno a migliorare le competenze aziendali rinforzando i propri relativi comportamenti.



Prevenzione del rischio di infortuni sul lavoro

Nel Gruppo Snai la salute e la sicurezza sul luogo di lavoro rappresentano un valore e una priorità da perseguire costantemente tramite la formazione, l'aggiornamento, il monitoraggio e il senso di responsabilità richiesto a ciascun collaboratore.

Ai dipendenti è chiesto di assumere un ruolo attivo, applicando le misure di prevenzione necessarie a proteggere sé stessi, i colleghi ed i collaboratori esterni.

Annualmente, in conformità a quanto disposto dal D.Lgs. 81/2008, il Datore di Lavoro incontra RSPP, Medico Competente e RLS per la riunione periodica; in questa occasione vengono esaminati i rischi e le relative valutazioni e si discute inoltre circa la programmazione degli interventi che hanno riflessi sulla sicurezza e salute dei lavoratori.

Grazie ad un'attenta e continua analisi, effettuata dai Dirigenti delegati e dai Responsabili del Servizio di Prevenzione e Protezione, anche attraverso sopralluoghi ed audit interni, permette d'individuare puntualmente i rischi e adottare le contromisure necessarie a migliorare le condizioni di lavoro per tutti i collaboratori del Gruppo.

Al momento dell'assunzione e con cadenza periodica tutti i dipendenti ricevono una formazione specifica in materia di sicurezza.

A ciascun lavoratore vengono fornite le informazioni necessarie circa i rischi per la salute e sicurezza connessi tanto all'attività dell'impresa in generale, quanto alla specifica mansione eventualmente svolta. I corsi di formazione relativi sono stati suddivisi quindi in moduli generici, erogati anche in modalità e-learning, e specifici, perfezionati con fasi di addestramento, effettuato da personale esperto, circa l'utilizzo delle attrezzature e dei dispositivi di protezione individuale.

Da febbraio ad ottobre 2014, sono stati attivati i corsi di formazione e aggiornamento per le squadre di primo soccorso e per la prevenzione incendi propedeutici per la definizione dei Piani di emergenza ed evacuazione.

Presenza dei lavoratori in Comitati per la salute e sicurezza		Udm	2014	2013	2012
Gruppo Snai	(num)		10	8	11
	(%)		1,45	1,19	1,55

Il tasso di malattia professionale è pari a zero.

Tasso di infortuni (*)	Udm	2014			2013			2012		
		Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne
Gruppo Snai	(num)	13	8	5	12	7	5	13	7	6
	(%)	2,52	2,89	2,10	13,46	8,15	5,31	24,48	26,65	14,94

(*) calcolato sui totali del Gruppo

Indice di gravità (**)	Udm	2014			2013			2012		
		Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne
Gruppo Snai	(num)	378	280	98	163	10	7	171	79	92
	(%)	71	102	38	31	42	18	31	27	35

(**) numero di giorni persi / totale ore lavorate * 200.000

Non si sono verificati degli incidenti mortali nel corso dell'anno.

Tasso di assenteismo	Udm	2014			2013			2012		
		Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne
Gruppo Snai	(num)	27.136,79	9.813,56	17.323,23	31.189,00	12.666,00	18.523,00	29.891,44	9.787,76	20.103,68
	(%)	112.528,44	82.798,02	157.469,38	179306	145843	212504	136358	105724	178137



Pari opportunità

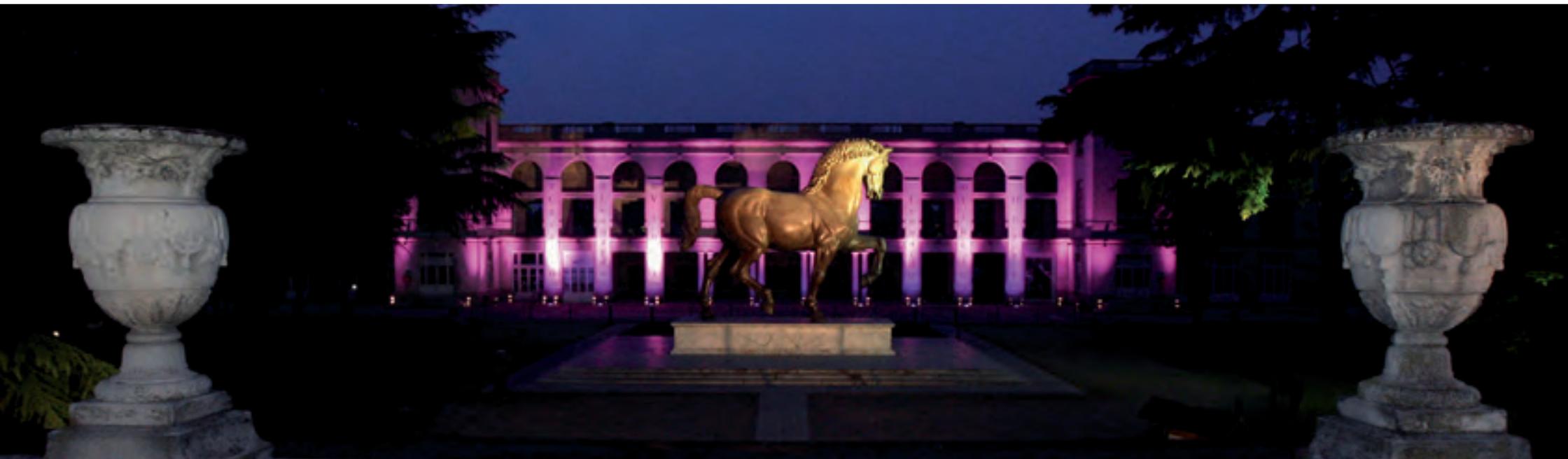
La presenza femminile in azienda si concentra prevalentemente nella categoria impiegatizia, mentre sono ancora poche le donne che rivestono ruoli dirigenziali (4 su 18).

Composizione del personale per categoria			Udm			2014			2013			2012		
			Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne
Gruppo Snai	Dirigenti	(num)	27	22	5	22	18	4	20	17	3			
	Quadri	(num)	42	28	14	38	22	16	33	19	14			
	Impiegati	(num)	556	238	318	541	233	308	600	248	352			
	Operai	(num)	65	62	3	71	68	3	78	74	4			
	Totale	(num)	690	350	340	672	341	331	731	358	373			

Personale disabile o appartenente a categorie protette			Udm			2014			2013			2012		
			Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne
Gruppo Snai	(num)		41	23	18	37	22	15	40	24	16			

Nel 2014 non sono stati denunciati o verificati episodi di discriminazione da parte dei dipendenti.

› Ippodromo del galoppo di Milano: l'ingresso del Cavallo di Leonardo "si tinge di lilla" per celebrare l'inaugurazione della nuova linea 5 della metropolitana di Milano inaugurata ad aprile 2015



Lo sviluppo del capitale umano

Le attività di formazione progettate e svolte del 2014 hanno supportato l'evoluzione organizzativa del Gruppo che ha ritenuto strategico investire nello sviluppo di competenze personali e professionali.

Il 2014 ha visto in particolare il lancio e lo sviluppo del percorso di Change Management presentato alla fine del 2013. Il progetto ha coinvolto tutta l'azienda nella diffusione della cultura dell'Execution Agility che fa perno su cinque principi fondamentali:

- flessibilità,
- leggerezza,
- affidabilità,
- innovazione
- velocità.

La forza e il successo di questa attività sono stati garantiti soprattutto dal coinvolgimento di tutta l'azienda in cantieri operativi che hanno portato alla realizzazione di concreti risultati di business. L'Execution Agility partecipata da tutti ha così potuto assicurare velocità ed efficacia nell'attuazione delle strategie aziendali. Questo percorso strutturato con un mix potente di workshop e di attività formative ha consentito di anticipare e cogliere le opportunità con ritmo crescente e di formulare strategie innovative di più ampi vantaggi per tutti gli Stakeholder.

Ore medie di formazione pro-capite per categoria (*)		Udm	2014	2013
Gruppo Snai	Dirigenti	(num)	19,4	7,4
	Quadri	(num)	14,1	15,7
	Impiegati	(num)	20,3	10,6
	Operai	(num)	14,4	2,3
Ore medie di formazione pro-capite per genere (*)		Udm	2014	2013
Gruppo Snai	Uomini	(num)	13,9	8,8
	Donne	(num)	25,4	11,0

Welfare e conciliazione

Dal 2013 sono stati introdotti dei **benefit in favore delle lavoratrici madri**, come la concessione del part-time per la durata dei primi tre anni di vita del bimbo ed il rimborso della retta dell'asilo.

Con l'incorporazione del call center nella capogruppo, i benefit in favore delle lavoratrici madri sono stati estesi al personale coinvolto.

Oltre all'erogazione del **bonus per gli asili nido**, il Gruppo ha attivato convenzioni con esercizi sia legati al benessere e alla salute che all'acquisto di prodotti e servizi di vario genere.

Comunicazione interna

La comunicazione interna è uno **strumento di responsabilizzazione e di motivazione**, ricopre un ruolo strategico all'interno del Gruppo.

È in quest'ottica che Snai, oltre ai comuni mezzi di comunicazione come la posta elettronica e la rete intranet, ha ulteriormente potenziato nel 2014 il progetto della web letter aziendale. Questo strumento di comunicazione lanciato alla fine del 2012 si è infatti arricchito nel corso del 2014 di ulteriori sezioni che hanno visto sempre più coinvolti i collaboratori del Gruppo anche nel lancio di nuove iniziative.

La web letter aziendale quindi ribattezzata "LA SNAI L'ULTIMA?" a seguito di un concorso interno per la scelta del nome, è diventata progressivamente luogo di informazione professionale, di lancio di iniziative e di conoscenza più approfondita dei colleghi in Azienda. Il progetto di comunicazione ha inoltre consolidato in occasione del Natale 2014 la tradizionale, ormai, premiazione dei colleghi più meritevoli in relazione ai valori aziendali. La premiazione è stata il risultato di un sondaggio rivolto a tutta l'Azienda.

Il progetto di Change Management lanciato alla fine del 2013 e concretizzatosi nel corso del 2014 con l'attivazione di Cantieri trasversali alle varie funzioni, ha inoltre dedicato specifiche attività e sessioni ad un ulteriore sviluppo della comunicazione interna.



› Postazioni di gioco “fai da te” all’interno di un Punto Snai



PUNTI E CORNER SNAI

Il rapporto tra Snai e i gestori dei Punti e Corner Snai è da sempre un punto di forza per la Società: è in questi luoghi che i clienti devono poter usufruire del migliore servizio.

Snai cura in modo particolare la relazione con i propri punti vendita formandoli e supportandoli in modo continuativo affinché siano in grado di offrire il miglior servizio alla clientela. Questa attività di affiancamento costante ai gestori dei Punti Snai ha inoltre lo scopo di favorire lo sviluppo di capacità imprenditoriali e competenze professionali specifiche.

La formazione ai gestori è realizzata anche attraverso la rete degli area manager che visitano periodicamente i Punti Snai ed è estesa al personale che opera in sala e che rappresenta il riferimento diretto per i clienti. Tra gli obiettivi principali di tale attività c'è anche la sensibilizzazione di tutti gli operatori della filiera alla diffusione dei valori di legalità e responsabilità nel gioco promossi da AAMS. Per garantire che tali messaggi vengano recepiti al meglio dai clienti, sono inoltre esposti all'interno dei punti vendita, in posizione di massima visibilità, tutti i materiali informativi previsti dalla normativa vigente con la descrizione delle modalità di gioco, le caratteristiche degli apparecchi e le raccomandazioni per un gioco responsabile.

PER MIGLIORARE LE RELAZIONI CON I PROPRI PUNTI VENDITA, SNAI OFFRE UN'ASSISTENZA SEMPRE PIU' PUNTUALE E ALLARGATA DI SERVIZI DI ASSISTENZA TELEFONICA PER FORNIRE RISPOSTE TEMPESTIVE, CHIARE ED EFFICACI ALLE ESIGENZE MANIFESTATE DAI GESTORI.

I Punti Snai

Snai offre i propri servizi di accettazione del gioco attraverso una rete di punti vendita distribuiti sull'intero territorio nazionale.

Gli esercizi sono identificati con l'insegna Punto Snai che ormai da anni rappresenta un marchio di riferimento in Italia per chiunque voglia scommettere e giocare in modo legale e sicuro. All'interno dei punti vendita è possibile scommettere su eventi sportivi, ippici e virtual games, inoltre sono presenti delle aree dedicate al gioco con apparecchi VLT e AWP. Recentemente inoltre Snai ha concluso degli accordi con importanti partner per la vendita di altri servizi a valore aggiunto quali per esempio le ricariche telefoniche dei principali gestori.

In più tutte le azioni di promozione sviluppate all'interno dei punti vendita sono orientate ai concetti di divertimento e di intrattenimento nello spirito di una normativa che richiede una riduzione dell'attenzione dei giocatori verso il concetto di vincita con l'obiettivo di limitare il gioco eccessivo.

Infine Snai ha cercato di **digitalizzare la maggior parte delle attività di comunicazione sul punto vendita** anche nell'ottica di abbattere l'impatto, riducendo al minimo indispensabile la stampa dei vecchi supporti cartacei (es. locandine e poster) con significativi benefici per l'ambiente.



IL PORTALE SNAIPARTNER

Snai comunica con i propri punti vendita attraverso il portale SnaiPartner, un punto di accesso a tutti i servizi Snai attivo dal 1 gennaio 2011. L'obiettivo è la concentrazione del flusso di informazioni dell'azienda dai punti di accettazione, e delle richieste provenienti dalla rete di vendita, in modo da ottimizzare la gestione nel suo complesso.

L'accesso può avvenire sia dai terminali attivi presso i punti vendita sia tramite Internet, e di conseguenza può essere consultato in qualsiasi momento e in qualsiasi luogo. Il portale ha tre funzioni principali:

1

INFORMAZIONE

Il portale contiene tutte le informazioni per la conduzione di un Punto o Corner Snai, o di una sala VLT Snai. Tutte le informazioni per scommesse accettate per via "fisica" (rete Punti e Corner sul territorio) o telematica, AWP e VLT, possono essere reperite e consultate facilmente. Ogni singolo gestore può essere informato in tempo reale su:

- Stato di erogazione dei servizi
- Notizie del mondo Snai
- Documentazione ufficiale rilasciata da Snai
- Comunicazioni Snai

2

ASSISTENZA

SnaiPartner rappresenta un'alternativa al contatto telefonico per le richieste di assistenza. Se non è necessario un intervento urgente, il portale può offrire una prima serie di indicazioni attraverso le "Faq" (*frequently asked questions*) mentre, nel caso non sia reperita la risposta necessaria, l'utente può aprire direttamente una richiesta d'intervento, che sarà valutata dal reparto Snai competente per fornire la soluzione.

3

GESTIONE MATERIALI

Ogni punto vendita può inviare a Snai richieste per materiali di consumo, promopubblicitario o per allestimento. Le richieste vengono inoltrate direttamente ai reparti competenti, snellendo le procedure e riducendo i tempi di attesa.



FORNITORI

Parametri per la selezione

La selezione dei fornitori e la formulazione delle condizioni di acquisto dei beni e servizi è dettata da valori e parametri di concorrenza, obiettività, correttezza, imparzialità, equità nel prezzo, qualità del bene e/o del servizio, valutando accuratamente le garanzie di assistenza ed il panorama delle offerte in genere.

I processi di acquisto devono essere improntati alla ricerca del massimo vantaggio competitivo per la Società e alla lealtà e imparzialità nei confronti di ogni fornitore.

La stipula di un contratto con un fornitore deve sempre basarsi su rapporti di estrema chiarezza, evitando, ove possibile, l'assunzione di vincoli contrattuali che comportino forme di dipendenza verso il fornitore contraente.

L'esigenza di perseguire il massimo vantaggio competitivo per Snai deve necessariamente assicurare che la Società e i suoi fornitori adottino **soluzioni operative in linea con la normativa vigente e**, più in generale, **con i principi di tutela della persona, del lavoratore, della salute e sicurezza e dell'ambiente**.

Snai Spa ha previsto, nei contratti stipulati con i due fornitori addetti al servizio di somministrazione di bevande ed alimenti (tramite l'installazione in uso gratuito di distributori automatici), una clausola che prevede la donazione di € 500,00 cad. in favore di due Associazioni individuate da Snai S.p.A.

Per l'anno 2014 sono state: "MEDICI SENZA FRONTIERE" e "AISNAF".

Numero contratti di fornitura		Udm	2014	2013	2012
Snai S.p.A.	Totale contratti stipulati con fornitori, appaltatori e altri partner commerciali significativi	num	1.093	1.527	1.716
Festa	Totale contratti stipulati con fornitori, appaltatori e altri partner commerciali significativi	num	72	79	75
Teleippica	Totale contratti stipulati con fornitori, appaltatori e altri partner commerciali significativi	num	384	334	285
Trenno	Totale contratti stipulati con fornitori, appaltatori e altri partner commerciali significativi	num	587	419	1.946
Totale Gruppo	Totale contratti stipulati con fornitori, appaltatori e altri partner commerciali significativi	num	72	2.359	4.022

Fornitori locali

Snai considera fornitori "locali" quei **fornitori di beni e/o servizi localizzati nella stessa area geografica dell'organizzazione o delle sedi per cui vengono effettuati gli acquisti** (ovvero, per cui non vengono effettuati pagamenti transnazionali).

Non vengono adottate politiche o prassi specifiche volte a favorire fornitori locali se non con riferimento ai criteri di selezione generale dei fornitori.

Si fa però presente che:

- La Società Trenno S.r.l. per la sua particolare attività connessa al settore ippico, relativa agli ippodromi ed al centro di allenamento, si avvale di fornitori locali per l'approvvigionamento di beni e servizi, ovvero, situati in prossimità delle strutture stesse;
- La società Teleippica S.r.l. per l'approvvigionamento di materiale altamente tecnologico e specifico del settore, reperibile solamente all'estero, si avvale di fornitori UE.

Osservanza del Codice Etico

Dal momento che per Snai l'osservanza del Codice Etico costituisce una condizione imprescindibile per il conseguimento della propria missione aziendale, viene richiesto a tutti i fornitori, come a tutti i propri stakeholder, di conformarsi al Codice Etico della Società. I fornitori dell'azienda sono pertanto tenuti a rispettare le regole e i principi in esso espressi, con particolare riferimento alle violazioni dei diritti umani.

L'inosservanza del Codice costituisce presupposto per la non prosecuzione del rapporto professionale/collaborativo in essere con Snai e potrà comportare azioni per il risarcimento dei danni dalla stessa violazione causati.

Come dice il Codice Etico stesso infatti "tutte le violazioni commesse dai terzi potranno determinare, secondo la gravità del caso, la risoluzione del vincolo contrattuale imputabile ai sensi degli artt. 1453 e 1455 Codice civile e la richiesta di eventuale risarcimento danni".



COMMUNITY

PIÙ SPAZIO PER I SOCIAL NETWORK NELLA COMUNICAZIONE ESTERNA

Si conferma anche nel 2014 la presenza stabile dei canali “social” all’interno del sistema di comunicazione di Snai.

L’impegno verso la community di appassionati e la volontà di “mettere al centro” il cliente si sono rafforzate attraverso un **approccio sempre più coinvolgente e dialettico con gli utenti**. Il ruolo di “ammiraglia” rimane appannaggio di Facebook che, con una fan base di quasi 50.000 appassionati, è il ritrovo di chi voglia avere una panoramica aggiornata ed esaustiva del mondo gambling Snai: dalle promo on air ai partenti degli ippodromi di proprietà, dagli highlights sui grandi eventi sportivi al lancio dei nuovi giochi e della App.

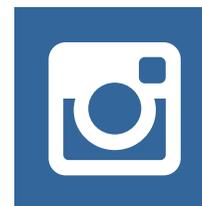
I toni e le iniziative messe in campo hanno cercato di esaltare l’aspetto di intrattenimento legato ai giochi. In occasione dei Mondiali e della partenza del Campionato di calcio, in Facebook, Twitter e Youtube sono stati il terreno di gioco del “social game”, un contest legato al mondo dello sport fatto di quiz, giochi e contributi visivi generati dagli utenti.

A proposito di contributi visivi, per l’occasione è stato attivato il profilo Snai su **Instagram**, il Social a più forte connotazione entertaining che, attraverso il linguaggio delle immagini, porta la comunicazione di Brand e di Prodotto ad un livello molto più diretto ed immediato.

Twitter è per Snai un canale in crescita dalle grandi potenzialità: al profilo Twitter di Snai è affidata la veste di canale all news che, grazie alle peculiarità dello strumento, permette un dialogo quotidiano one to one con gli scommettitori o più generalmente con gli appassionati di sport, ippica e della marca.

Contributi alla comunità

(migliaia di euro)	2014	2013	2012	Var 2014/2013
F) Trasferimenti a favore della comunità locale	1.650	1.867	1.658	-217
Tasse e imposte locali	1.650	1.867	1.658	-217





AZIONISTI E INVESTITORI

Comunicazione finanziaria

Accuratezza, tempestività, trasparenza sono i principi seguiti da Snai nella comunicazione finanziaria per creare un rapporto di solida fiducia con il mercato.

La comunicazione finanziaria è infatti di importanza strategica per Snai.

La funzione di Investor Relations è specificamente delegata alla cura dei rapporti con la comunità e assicura una comunicazione completa e tempestiva, oltre che trasparente, relativa alla società e alle sue controllate. L'attività viene svolta nel rispetto del trattamento delle informazioni che possono influenzare il prezzo degli strumenti finanziari emessi dalla società (informazioni price sensitive). Tutte le richieste di informazioni pervenute alla società sono evase tempestivamente, fornendo risposte complete e puntuali.

Tutto questo fa sì che Snai mantenga sempre un **dialogo aperto e trasparente con analisti e investitori**, sia istituzionali sia individuali.

Trasparenza delle materie trattate in Assemblea

Le Assemblee dei Soci di Snai S.p.A. sono convocate e tenute nel pieno rispetto delle disposizioni generali del codice civile, nonché delle specifiche previsioni normative riferite alle società quotate. **In particolare sono pienamente rispettati i diritti delle minoranze ed è garantita la piena trasparenza sulle materie trattate e sulle conseguenti delibere da adottare.**

L'Assemblea si esprime sulle materie a lei riservate dalle disposizioni di legge (annualmente sulle risultanze del bilancio d'esercizio), nonché su eventuali ulteriori materie poste alla sua attenzione dall'organo Amministrativo. L'Assemblea è convocata annualmente, salvo particolari esigenze che sorgono in corso di esercizio ed eventuali convocazioni in sede straordinaria.

A garanzia della trasparenza e della piena informativa al pubblico la società (oltre che tramite i canali previsti dalla normativa vigente, es. pubblicazione su quotidiano nazionale) da notizia della tenuta delle proprie assemblee sul proprio sito istituzionale, in cui è d'uopo pubblicare anche il relativo verbale, con sintesi delle delibere assunte.

COERENZA, TEMPESTIVITÀ DELLE INFORMAZIONI E GARANZIA DI PARI ACCESSO ALLE INFORMAZIONI SOCIETARIE SONO I PRINCIPI FONDAMENTALI AI QUALI SI ISPIRA LA FUNZIONE INVESTOR RELATIONS DI SNAI.



Comunicazioni al mercato

La funzione Investor Relation è l'unità preposta alla comunicazione finanziaria al mercato. Snai utilizza tutti i più tipici strumenti della comunicazione finanziaria e dialoga con gli investitori istituzionali attraverso gli incontri one-on-one, gli analyst meeting, i road-show, le conference call, i comunicati stampa, le sezioni del sito web destinate alle attività di Investor Relation, oltre alle pubblicazioni economico-finanziarie.

La Società pubblica in italiano e in inglese il bilancio annuale consolidato, nonché la relazione finanziaria semestrale e i resoconti intermedi di gestione al primo e al terzo trimestre.

I documenti sono disponibili nella sezione Investor Relations sul sito Corporate dell'Azienda e vengono pubblicati contestualmente al deposito presso Consob e Borsa Italiana.

Sul sito web del Gruppo vengono inoltre pubblicate le informazioni sulle principali operazioni societarie e patrimoniali che interessano la Società.

Tutti i principali avvenimenti riguardanti la vita Sociale vengono resi pubblici attraverso comunicati stampa pubblicati sul sito Corporate in italiano e in inglese.

Il mercato azionario

Snai Spa è quotata al mercato telematico azionario (Mta) della Borsa Italiana, alla società è assegnato il simbolo SNA.MI. Il principale azionista della società è Global Games Spa (costituita da Investindustrial e Palladio Finanziaria), che detiene il 67,188% delle azioni: la quota detenuta è conseguente gli esiti di un'offerta pubblica di acquisto, promossa da Global Games il 19 maggio 2011. Il periodo di adesione all'offerta ha avuto corso dal 27 maggio sino al 16 giugno 2011; il pagamento per il corrispettivo è avvenuto il 23 giugno 2011. In data 4 dicembre 2013, Snai S.p.A. ha emesso un prestito Obbligazionario per complessivi 480 milioni di euro con le seguenti caratteristiche:

- 320 milioni di euro remunerate al 7,625% e denominate come Senior Secured Notes aventi scadenza il 15 giugno 2018;
- 160 milioni di euro remunerate al 12,00% e denominate Senior Subordinated Notes aventi scadenza il 15 dicembre 2018.

I proventi delle Obbligazioni sono stati utilizzati dalla Società per (1) rifinanziare una parte dell'indebitamento bancario esistente mediante rimborso del finanziamento a medio-lungo termine concesso alla Società da un pool di banche nel 2011 e di alcuni relativi strumenti derivati di copertura, (2) rimborsare le Obbligazioni di Serie A emesse dalla Società in data 8 novembre 2013.





IR Policy

I principi fondamentali ai quali si ispira la funzione Investor Relations (IR) di Snai sono la coerenza e la tempestività delle informazioni e la garanzia di pari accesso alle informazioni societarie. Inoltre, la funzione IR nell'esercizio delle sue attività può contare sull'appoggio del top management in termini di trasparenza e disponibilità nei confronti della comunità degli investitori e degli analisti finanziari.

E' nell'interesse di Snai, in qualità di società quotata presso la Borsa Italiana, comunicare efficacemente con la comunità finanziaria e gli altri soggetti interessati al fine di garantire una corretta ed equa valutazione del titolo azionario.

Al fine di assicurare un processo di comunicazione efficiente, è fondamentale garantire l'accuratezza delle informazioni divulgate, la completezza e la trasparenza sull'andamento delle attività aziendali oltre all'impegno verso un aggiornamento costante delle informazioni stesse qualora si verificassero variazioni sostanziali rispetto alle informazioni precedentemente fornite.

All'interno di Snai, la funzione IR integra le competenze finanziarie, di comunicazione, e le conoscenze delle normative vigenti in materia di mercati finanziari, avvalendosi del supporto dell'ufficio affari sociali e legali, al fine di garantire un'efficace comunicazione bidirezionale tra la società e la comunità finanziaria indispensabile ai fini del raggiungimento di una corretta valutazione del titolo azionario.

Snai divulga tutte le decisioni e le circostanze che riguardano la società e le sue attività che possano incidere significativamente sul valore dei titoli quotati della società.

Tutti gli investitori hanno pari accesso alle informazioni importanti tramite pubblicazione sul sito internet nella sezione Investor Relations, oppure attraverso comunicazione diretta con le funzioni preposte.







SNAI E L'AMBIENTE

**LA TUTELA
DELL'AMBIENTE**

**IL POLMONE VERDE
DI SNAI: UN PARCO
DI 1.500.000 MQ
IN CENTRO A MILANO**

ENERGIA

ACQUA

EMISSIONI E RIFIUTI

LA TUTELA DELL'AMBIENTE

Snai considera la tutela dell'ambiente come parte integrante della propria strategia di impresa

Snai è impegnata a promuovere una responsabile gestione delle risorse per ridurre la propria impronta ecologica e a valutare con la massima attenzione le conseguenze della propria attività sull'ambiente.

Perseguire la sostenibilità delle proprie scelte in ambito ambientale è un obiettivo sempre più sentito dalle imprese consapevoli dell'impatto potenzialmente generato direttamente e indirettamente dalle proprie attività.

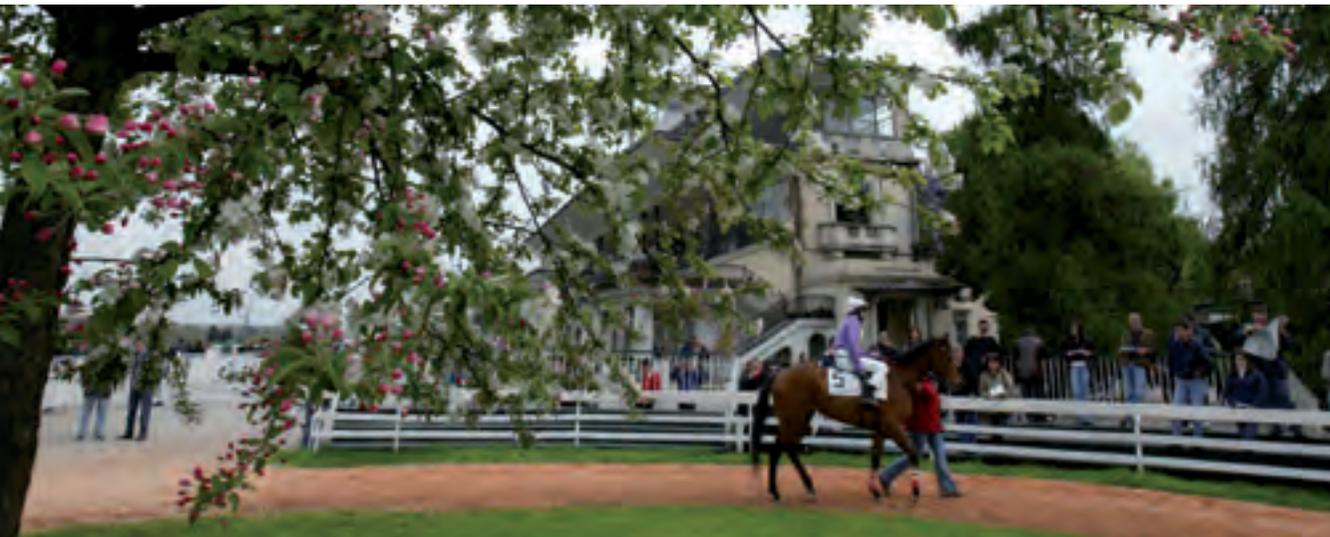
Per questo l'impegno di Snai si esprime nell'adozione di comportamenti volti al miglioramento continuo dei risultati nel campo della protezione dell'ambiente, concentrando gli sforzi sulla prevenzione dell'inquinamento e sulla minimizzazione dei rischi e degli impatti ambientali, e operando in linea con i seguenti principi.

PROGETTARE E IMPLEMENTARE le attività aziendali con criteri atti a prevenire l'inquinamento, ridurre gli impatti ambientali, salvaguardare la salute e la sicurezza dei dipendenti e della popolazione; definire specifici obiettivi ambientali e programmi di miglioramento volti alla minimizzazione degli impatti ambientali significativi;

GESTIRE in modo sostenibile le risorse naturali e l'energia, valorizzandone il corretto impiego e incrementando il ricorso alle fonti rinnovabili, prestando particolare attenzione alla riduzione degli sprechi e all'uso razionale delle risorse;

UTILIZZARE adeguati strumenti di controllo e sistemi di monitoraggio sui principali aspetti ambientali generati dalle proprie attività e sui programmi di miglioramento adottati;

PROMUOVERE attività di sensibilizzazione e formazione ambientale al proprio interno, perseguendo la crescita e la diffusione della consapevolezza ecologica e del senso di responsabilità.



› Tondino delle presentazioni dell'ippodromo del galoppo di Milano



IL POLMONE VERDE DI SNAI: UN PARCO DI 1.500.000 MQ IN CENTRO A MILANO

Il comprensorio ippico di Milano rappresenta un'importante risorsa ambientale per il capoluogo lombardo.

Al suo interno comprende un prezioso **parco botanico** che, tra le 72 specie differenti registrate e cartellinate, conta anche alberi secolari e alcune vere rarità.

Alcuni alberi sono stati piantati oltre novant'anni fa, dopo essere stati trasportati all'ippodromo da carri trainati da cavalli, altri invece sono stati importati dall'estero, grazie all'impegno e alla passione di due

CONNESSO

ALLA NUOVA LINEA
METROPOLITANA

30'

DAI PRINCIPALI
AEROPORTI

appassionati di botanica come il conte Durini e il conte Emilio Turati. Va ricordato anche il **laghetto** posto al centro della pista da galoppo: con il tempo divenuto un vero e proprio microsystema, **habitat adatto a diverse specie di anatidi** di vari continenti, e durante il periodo delle migrazioni è punto di sosta per germani e alzavole di passo.



› La localizzazione geografica del comprensorio ippico di Milano, a destra visto dall'alto: l'ippodromo del galoppo, l'impianto dell'ex trotto a fianco dello stadio Giuseppe Meazza, e due piste d'allenamento "Trenno" e "Maura". La Maura, da maggio 2015, ospita anche il nuovo impianto dell'ippodromo del trotto di Milano.

Il parco botanico offre oggi otto diversi percorsi tematici di approfondimento:

0

Itinerario Botanico
Generale
(colore grigio)

1

Piante insolite
a Milano
(colore rosso)

2

Piante
Esotiche (colore
azzurro/celeste)

3

Piante
Caducifoglie
(colore marrone)

4

Piante
Sempreverdi
(colore fucsia)

5

Piante
Autoctone (colore
verde acqua)

6

Esemplari
Notevoli
(colore arancione)

7

Piante Comuni
a Milano
(colore blu)



Per ogni pianta è disponibile un cartellino che riporta nome scientifico e volgare, Paese di provenienza, numero progressivo e percorso di appartenenza.

Oltre alla sua importanza da un punto di vista ambientale, l'ippodromo del galoppo offre anche spunti artistico-culturali da non sottovalutare.

Ne è una prova la statua del **Cavallo di Leonardo da Vinci** che si trova presso la tribuna secondaria dell'ippodromo di Milano. Si tratta di un'opera della scultrice statunitense Nina Akamu che l'ha realizzata nel 1999 su incarico della Leonardo da Vinci's Horse Foundation. L'opera è in bronzo fuso ed è stata realizzata ispirandosi ai disegni originali di Leonardo da Vinci, risalenti alla fine del XV secolo.

Il Cavallo di Leonardo è stato donato dalla Fondazione alla città di Milano. Grazie a un accordo tra il Comune e Snai S.p.A., la statua viene ospitata presso l'ippodromo ed è liberamente visitabile dal pubblico.

› Particolare parco botanico dell'ippodromo del galoppo di Milano



Parco botanico

- | | | | |
|--|--|--|--|
| 01 <i>Olea europaea</i> Ulivo | 20 <i>Quercus robur</i> Farnacia | 39 <i>Cladrastis lutea</i> Cladrastide | 57 <i>Robinia pseudoacacia</i> "Casque rouge" Robinia rossa |
| 02 <i>Taxus baccata</i> Tasso | 21 <i>Diospyros lotus</i> Albicorno di S. Andrea | 40 <i>Sequoia sempervirens</i> Sequoia | 58 <i>Liquidambar styraciflua</i> Liquidambro |
| 03 <i>Cercis siliquastrum</i> Albicorno di Giude | 22 <i>Prunus laurocerasus</i> Laurino | 41 <i>Thuja occidentalis</i> Tilia occidentale | 59 <i>Sophora japonica</i> Sotiro del Giappone |
| 04 <i>Abies nordmanniana</i> Abete del Caucaso | 23 <i>Lagerstroemia indica</i> Albicorno di S. Bartolomeo | 42 <i>Parrotia persica</i> Parrotia | 60 <i>Amelanchier lamarckii</i> Prunus coccinea |
| 05 <i>Platanus x acerifolia</i> Platanus Comune | 24 <i>Cedrus atlantica</i> Cedro dell'Atlante | 43 <i>Ulmus glabra</i> "Pendula" Ulmo piangente | 61 <i>Ilex aquifolium</i> Agrifoglio |
| 06 <i>Ficus carica</i> Fico | 25 <i>Acer pseudoplatanus</i> Acero di montagna | 44 <i>Buxus sempervirens</i> Buxo | 62 <i>Nandina domestica</i> Nandina |
| 07 <i>Fagus sylvatica</i> Faggio | 26 <i>Rhododendron</i> spp. Azalea | 45 <i>Cedrus atlantica</i> Cedro dell'Atlante | 63 <i>Fagus sylvatica</i> "Purpurea Tricolor" Faggio rosso bicolor |
| 09 <i>Catalpa bignonioides</i> Catalpa | 27 <i>Juniperus</i> spp. Giuniper | 46 <i>Betula verrucosa</i> Betulla | 64 <i>Larix decidua</i> Larice |
| 10 <i>Taxodium distichum</i> Cipresso calvo | 29 <i>Quercus rubra</i> Quercia rossa | 47 <i>Ilex aquifolium</i> "Argenteomarginata" Agrifoglio variegato | 65 <i>Malus floribunda</i> Melo da fiore |
| 11 <i>Cedrus deodara</i> Cedro dell'Himalaya | 30 <i>Elaeagnus pungens</i> Elaeagnus | 48 <i>Calocedrus decurrens</i> "Aureovariegata" Libocedro aureo | 66 <i>Picea pungens</i> "Pumila" Abete nano del Colorado |
| 12 <i>Chimonanthus praecox</i> Calceolaria | 31 <i>Tsuga canadensis</i> Tsuga | 49 <i>Cupressus sempervirens</i> Cipresso | 67 <i>Fagus sylvatica</i> "Pendula" Faggio pendulo |
| 13 <i>Calocedrus decurrens</i> Libocedro | 32 <i>Carpinus betulus</i> Carpino | 50 <i>Pinus pinea</i> Pino domestico | 69 <i>Picea abies</i> Abete rosso |
| 14 <i>Betula verrucosa</i> "Youngi" Betulla giapponese | 33 <i>Aesculus x hybrida</i> Castagno d'India ibrido | 51 <i>Acer palmatum</i> Acero giapponese | 70 <i>Prunum serotata</i> "Kanzan" Ciliegio da fiore |
| 15 <i>Tilia x vulkeri</i> Tiglio ibrido | 34 <i>Aesculus hippocastanum</i> Castagno d'India | 52 <i>Wisteria sinensis</i> Glicine | 71 <i>Pseudotsuga japonica</i> Bambù |
| 16 <i>Syringa vulgaris</i> Lilla | 35 <i>Platanus x acerifolia</i> Platanus Comune | 53 <i>Magnolia grandiflora</i> Magnolia sempreverde | 72 <i>Prunus cerasifera</i> "Pissardi" Mezzaluna purpurea |
| 17 <i>Calycanthus occidentalis</i> Calceolaria d'India | 36 <i>Acer palmatum</i> "Dissectum Atropurpureum" Acero giapponese | 54 <i>Fagus sylvatica</i> Faggio | |
| 18 <i>Tilia tomentosa</i> Tiglio sericeo | 37 <i>Quercus rubra</i> Quercia rossa | 55 <i>Fagus grandifolia</i> Faggio americano | |
| 19 <i>Tilia platyphyllos</i> Tiglio nostrano | 38 <i>Pinus wallichiana</i> Pino dell'Himalaya | 56 <i>Cedrus libani</i> Cedro del Libano | |

ENERGIA

I consumi diretti di energia sono complessivamente diminuiti nel 2014, i consumi indiretti complessivi, sono diminuiti nel caso di Festa e aumentati per Snai S.p.A.

Consumi diretti complessivi		Udm	2014	2013	2012
Snai S.p.A.	Gas naturale	(J)	5.327.661.976.744	6.414.624.000.000	5.677.200.000.000
	Gasolio	(J)	6.026.785.714	0*	332.964.000.000
	Prodotti petroliferi	(J)	9.038.820.033.482	7.409.700.000.000	6.015.600.000.000

*Nel 2013 non sono stati riforniti i gruppi elettrogeni.

Consumi diretti complessivi		Udm	2014	2013	2012
Festa	Gas gpl	(J)	1.244.637.209.302	2.941.200.000.000	3.157.200.000.000
	Gasolio	(J)	12.053.571.429	21.600.000.000	7.200.000.000
	Prodotti petroliferi	(J)	12.668.805.804	277.200.000.000	255.600.000.000

Consumi diretti complessivi		Udm	2014	2013
Trenno	Gas naturale	(J/h)	84,083	249,000
	Gasolio Autotrazione	(J/h)	39,445	37,095
	Prodotti petroliferi	(J/h)	6,430	7,181

Consumi indiretti complessivi		Udm	2014	2013	2012
Snai S.p.A.	Da fonti indirette non rinnovabili	(J)	14.637.498.715.966	13.742.676.000.000	12.452.400.000.000
Festa	Da fonti indirette non rinnovabili	(J)	735.548.400.000	1.213.200.000.000	1.310.400.000.000



ACQUA

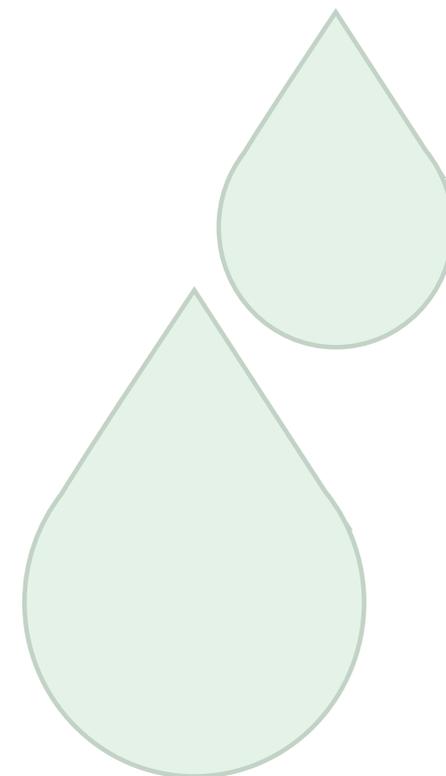
Le sedi di Festa, Snai e Trenno prelevano acqua da fonti idriche comunali.

I consumi idrici non sono una voce rilevante per la società in quanto l'acqua non rappresenta uno dei componenti principali dei processi produttivi o attività di ufficio.

Al momento Snai non riutilizza o ricicla l'acqua nelle proprie sedi.

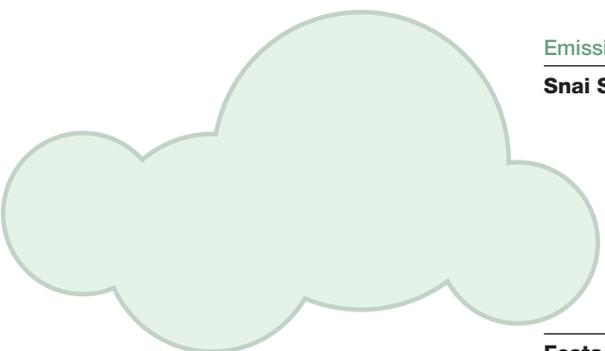
Nel 2014 c'è stato un calo del consumo di acqua, molto significativo soprattutto per Snai S.p.A.

Consumo di acqua	Udm	2014	2013	2012	
Snai S.p.A.	consumo acqua municipale	(mc)	7.309	19.976	15.514
	totale acqua consumata/collaboratore	(mc/coll)	16	44	39
	scarico rete fognaria municipale	(mc)	7.309	19.976	15.514
Festa	consumo acqua municipale	(mc)	639	1.171	1.664
	totale acqua consumata/collaboratore	(mc/coll)	8	9	10
	scarico rete fognaria municipale	(mc)	639	1.171	1.664
Trenno	consumo acqua municipale	mc	81.342	86.314	
	consumo acqua estratta da pozzi	mc	364.578	443.043	
	scarico rete fognaria municipale	mc	81.342	86.314	
	scarico nel terreno	mc	182.289	221.521	



EMISSIONI E RIFIUTI

Il Gruppo Snai opera prevalentemente nel settore dei servizi e quindi **gli impatti ambientali diretti sono contenuti e non incidono in modo rilevante.**



Emissioni di gas serra totali		Udm	2014	2013	2012	Var 2014/2013
Snai S.p.A.	Emissioni dirette di gas serra					
	Grid electricity	(ton CO ₂ eq.)	2133,01	2002,61	1814,64	1,06
	Natural gas	(ton CO ₂ eq.)	271,71	327,15	289,5	0,83
	Emissioni indirette di gas serra					
	Diesel	(ton CO ₂ eq.)	0,32	0	17,69	-
	Diesel flotta aziendale	(ton CO ₂ eq.)	476,75	389,19	301,03	1,22
	Benzina flotta aziendale	(ton CO ₂ eq.)	2,9	3,79	16,04	0,76
Festa	Emissioni dirette di gas serra					
	Grid electricity	(ton CO ₂ eq.)	107,19	176,7	191,21	0,61
	Natural gas	(ton CO ₂ eq.)	74,23	175,47	188,33	0,42
	Emissioni indirette di gas serra					
	Diesel	(ton CO ₂ eq.)	0,64	1,09	0,29	0,59
	Diesel flotta aziendale	(ton CO ₂ eq.)	0,67	14,79	13,58	0,04

Le Società Snai S.p.A., Festa e Trenno rispettano l'impegno di una corretta gestione dei rifiuti prodotti e del loro smaltimento.



Nel 2014 Snai S.p.A. ha avuto una significativa attività di smaltimento di apparati tecnologici obsoleti ed arredi non più utilizzabili per gli allestimenti. Si rileva quindi un incremento di materiale destinato a demolizione rispetto all'anno 2013 ma nel contempo si registra anche maggior quantitativo di rifiuti avviati a recupero.

Rifiuti per modalità di smaltimento		Udm	2014	2013	2012
Snai S.p.A.	Rifiuti speciali	(Kg)	437.280	45.640	78.811
	di cui rifiuti pericolosi	(Kg)	26.520	-	33.323
	Rifiuti avviati a smaltimento	(Kg)	24.360	26.390	25.262
	Rifiuti avviati a recupero	(Kg)	412.920	19.250	53.549
	Percentuale avviata a recupero	(Kg)	94,43%	42,18%	68%

Rifiuti per modalità di smaltimento		Udm	2014
FESTA	Rifiuti speciali	(Kg)	1.480
	di cui rifiuti pericolosi	(Kg)	1.480
	Rifiuti avviati a smaltimento	(Kg)	-
	Rifiuti avviati a recupero	(Kg)	1.480
	Percentuale avviata a recupero	(Kg)	100%

Rifiuti per modalità di smaltimento		Udm	2014	2013
FESTA	Rifiuti speciali	(Kg)	11.257.092	7.506.000
	di cui rifiuti pericolosi	(Kg)	5.662	982
	Rifiuti avviati a smaltimento	(Kg)	33.092	66.000
	Rifiuti avviati a recupero	(Kg)	11.224.000	7.440.000
	Percentuale avviata a recupero	(Kg)	-	-





I RISULTATI ECONOMICI



LA PERFORMANCE
ECONOMICA 2014

VALORE
ECONOMICO
GENERATO
E DISTRIBUITO

I PRINCIPALI
INDICATORI
FINANZIARI

CONTENZIOSO

LA PERFORMANCE ECONOMICA 2014

527,5

milioni di euro

**RICAVI REALIZZATI
DAL GRUPPO SNAI
NEL 2014**

I ricavi del Gruppo passano da 478,8 milioni del 2013 a 527,5 del 2014. Tale risultato è fortemente influenzato dalla performance degli Eventi Virtuali, da attribuirsi principalmente all'effetto combinato dell'aumento dei ricavi derivanti dalle VLTs e da quelli derivanti dalle scommesse su eventi virtuali lanciate a dicembre 2013, a cui si contrappone la diminuzione dei ricavi delle scommesse ippiche e delle scommesse sportive.

L'EBITDA di Gruppo ha registrato un aumento nell'esercizio 2014 rispetto all'esercizio precedente passando da 92,6 milioni di euro a 105,9 milioni di euro.

L'EBIT del Gruppo è positivo per 34,9 milioni di euro contro un risultato negativo per 41,8 milioni di euro del precedente esercizio.

La perdita netta di pertinenza del Gruppo del 2014 è pari a 26,1 milioni di euro contro una perdita di 94,5 milioni di euro del 2013.

L'indebitamento finanziario netto del Gruppo Snai, al 31.12.2014, è pari a 419,1 milioni di euro, a fronte di 443,4 milioni di euro a fine 2013. Rispetto alla chiusura dell'esercizio precedente, l'indebitamento finanziario netto è diminuito di 24,3 milioni di euro principalmente per effetto dell'andamento favorevole dell'attività ordinaria.

La capogruppo Snai S.p.A. ha prodotto ricavi per 513 milioni di euro, in aumento del 10,2% rispetto ai 465,7 milioni di euro del 2013.

L'EBITDA risulta pari a 104,1 milioni di euro (94,4 milioni di euro nel 2013), mentre l'EBIT è positivo per 35,1 milioni di euro (era stato negativo per 34,5 milioni di euro nel 2013). Il risultato d'esercizio è negativo per 27,9 milioni di euro (-94,3 milioni di euro nel 2013).

RICAVI ANNO 2014

527,5 MILIONI DI EURO

EBITDA

105,9 MILIONI DI EURO

**POSIZIONE
FINANZIARIA NETTA**

**INDEBITAMENTO
26,1 MILIONI DI EURO**

**RACCOLTA GIOCHI
E SCOMMESSE**

5,4 MILIARDI DI EURO



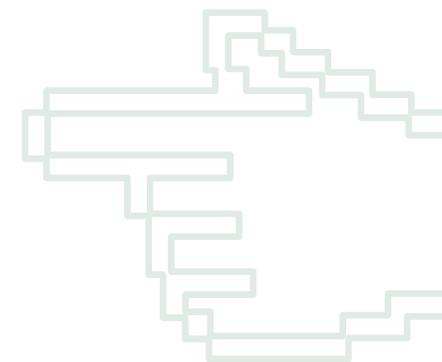
VALORE ECONOMICO GENERATO E DISTRIBUITO

La formazione del valore aggiunto del Gruppo Snai

(migliaia di euro)	2014	2013	2012
A) Ricavi totali	527.481	478.763	514.372
Ricavi della produzione tipica	527.481	478.763	514.372
B) Costi intermedi della produzione	390.282	353.816	416.228
Consumi di materie prime, sussidiarie e di consumo	917	1.055	1.209
Costi per servizi e godimento beni di terzi	358.015	324.470	389.335
Altri costi di gestione	32.889	29.628	26.780
Capitalizzazione costi per lavori interni	-1.539	-1.337	-1.096
Valore aggiunto caratteristico lordo	137.199	124.947	98.144
Proventi finanziari	1.742	1.267	2.453
Imposte differite (-) / anticipate (+)	698	6.686	13.554
Valore aggiunto globale lordo	139.639	132.900	114.151
Ammortamenti e svalutazioni	58.669	54.867	59.748
Altri accantonamenti	72	2.039	11.529
Valore aggiunto globale netto	80.898	75.994	42.874

Nel corso del 2014 il Gruppo Snai ha prodotto un valore aggiunto globale lordo per 140 milioni di euro (+5,1% sul 2013), mentre il valore aggiunto globale netto sfiora gli 81 milioni di euro (+6,5%).

La maggior parte del valore aggiunto viene destinata alla remunerazione del capitale di credito, principalmente interessi passivi su prestiti obbligazionari.



Il valore aggiunto destinato alla remunerazione del personale (stipendi, accantonamenti per TFR, ecc.) si attesta a circa 36 milioni di euro (-2,5% rispetto al 2013).

Alla Pubblica Amministrazione, sotto forma di imposte dirette e indirette sono stati distribuiti 8,3 milioni di euro, mentre alla comunità locale sono stati destinati 1,7 milioni di euro sempre sotto forma di imposte.

L'esercizio 2014 non ha visto la distribuzione di utili.

La distribuzione del valore aggiunto del Gruppo Snai

(migliaia di euro)	2014	2013	2012	Var 2014/2013
A) Remunerazione del personale	35.969	36.891	33.840	-922
Costi del personale	34.415	35.340	32.290	-925
Trattamento di fine rapporto	1.554	1.551	1.550	3
B) Remunerazione della Pubblica Amministrazione	8.675	71.385	4.909	-62.710
Imposte dirette	2.746	301	-350	2.445
Imposte indirette	5.533	4.406	5.259	1.127
Definizione agevolata cortei dei conti e altre sanzioni	396	66.678		-66.282
C) Remunerazione del capitale di credito	60.686	60.381	45.027	305
D) Remunerazione del capitale di rischio	0	0	0	0
Utili distribuiti	0	0	0	0
E) Remunerazione dell'impresa	-26.082	-94.530	-42.560	68.448
Utili non distribuiti/copertura delle perdite	-26.082	-94.530	-42.560	68.448
F) Trasferimenti a favore della comunità locale	1.650	1.867	1.658	-217
Tasse e imposte locali	1.650	1.867	1.658	-217
Valore aggiunto globale netto	80.898	75.994	42.874	4.904



I PRINCIPALI INDICATORI FINANZIARI

L'analisi dei dati economici del 2014 evidenzia come l'Ebitda del Gruppo Snai abbia registrato un incremento rispetto all'esercizio 2013 passando da 92,6 milioni di euro a 105,9 milioni di euro. Tale risultato è da attribuirsi principalmente all'effetto combinato dell'aumento dei ricavi derivanti dalle VLTs e da quelli derivanti dalle scommesse su eventi virtuali lanciate a dicembre 2013, a cui si contrappone la diminuzione dei ricavi delle scommesse ippiche e delle scommesse sportive.

Principali indicatori finanziari del Gruppo Snai	Udm	2014	2013	2012	Var 2014/2013
Ricavi del Gruppo	(milioni euro)	527	479	514	48
Ebitda Gruppo (*)	(milioni euro)	106	92	64	14
Ebit Gruppo	(milioni euro)	35	-42	-14	77
Risultato d'esercizio	(milioni euro)	-26	-95	-43	69
Posizione finanziaria netta	(milioni euro)	Indebitamento 419,1	Indebitamento 443,4	indebitamento 369,6	-24

(*) Per cambi di principi contabili il bilancio riporta dei dati riclassificati.

L'Ebit del Gruppo è pari a 34,9 milioni di euro (-41,8 milioni di euro nel 2013), e il risultato netto di pertinenza del Gruppo è pari a -26,1 milioni di euro, contro una perdita di 94,5 milioni di euro del 2013. La posizione finanziaria netta del Gruppo Snai, al 31.12.2014, è pari a 419,1 milioni di euro, a fronte di 443,3 milioni di euro a fine 2013.

Rispetto alla chiusura dell'anno precedente l'esposizione finanziaria netta è diminuita di 24,3 milioni di euro.

Principali indicatori finanziari della Capogruppo Snai S.p.A.	Udm	2014	2013	2012	Var 2014/2013	Var 2013/2012
Ricavi	(milioni euro)	513	466	498	47	-32
Ebitda (*)	(milioni euro)	104	94	67	10	27
Ebit	(milioni euro)	35	-34	-7	69	-27
Risultato d'esercizio	(milioni euro)	-28	-94	-46	66	-48

La capogruppo Snai S.p.A. ha prodotto ricavi per 513 milioni di euro, in aumento del 10,2% rispetto ai 465,7 milioni di euro del 2013. Il risultato d'esercizio è negativo per 27,9 milioni di euro (-94,3 milioni di euro nel 2013).

CONTENZIOSO

Lodo di Majo

Alla fine degli anni Novanta è sorta una controversia tra vari concessionari ippici contro il Ministero dell'Economia e contro il Ministero delle Politiche Agricole riguardo ad ipotizzati ritardi ed inadempimenti commessi dai suddetti Ministeri.

La vicenda ha avuto una prima conclusione nell'emanazione del c.d. "Lodo di Majo" nel 2003, con il quale il Collegio Arbitrale presieduto dal prof. Di Majo, costituito per la risoluzione della controversia, ha accertato la responsabilità dei suddetti Ministeri e condannato gli stessi a risarcire il danno subito dai concessionari. Il risarcimento assegnato a Snai fino al 30 giugno 2006 sarebbe pari a 2.498 migliaia di euro. Il risarcimento relativo agli anni successivi non è stato ancora determinato nella sua interezza. Sulla base dell'autorizzazione alla compensazione di cui sopra, alcuni soggetti non più concessionari, al fine di poter compensare i crediti derivanti dal Lodo di Majo, hanno ceduto detti crediti a Snai che, ad oggi, ha provveduto a compensare l'intero importo dei crediti acquisiti per 19.065 migliaia di euro. Il corrispettivo della cessione del credito è stato momentaneamente versato su conti correnti vincolati nell'attesa del pronunciamento della corte d'Appello di Roma, o comunque della definizione completa del ricorso.

Con sentenza n. 2626 del 21 novembre 2013 la Corte d'Appello di Roma ha dichiarato la nullità del Lodo di Majo per difetto di giurisdizione ossia perché il collegio arbitrale si sarebbe pronunciato su questioni non compromettibili. Snai ha proposto ricorso per Cassazione notificato in data 21/05/2014 e depositato presso al Corte di Cassazione il successivo 10/06/14.

Quote del 2 ottobre 2012

A causa di un'anomalia verificatasi in data 02 ottobre 2012, sono stati offerti con quote evidentemente errate - solo per qualche minuto - eventi sportivi ed in particolare la tipologia di scommessa Under Over 5,5 e Under Over secondo tempo 0,5. Del predetto errore hanno approfittato alcuni giocatori che, accortisi della anomala quota proposta, hanno effettuato una serie di scommesse semplici e sistemiche sia sul canale a distanza tramite portale www.snai.it sia sul canale fisico. Snai ha prontamente informato prima dell'evento ADM circa l'accaduto.

Alcuni giocatori hanno instaurato procedimenti finalizzati ad ottenere il pagamento delle vincite realizzate.

Snai ha transatto in via stragiudiziale varie controversie e conta di definire le restanti con le medesime modalità.

Definizione contenzioso con la Corte dei Conti relativo alla gestione della rete New Slot

In data 15 novembre 2013, a seguito della conferma da parte della Corte dei Conti dell'importo per la definizione agevolata del giudizio di appello avverso la sentenza di condanna n. 214/2012 relativa alla gestione della rete new slot.

Nella misura del 30% del danno quantificato nella sentenza di primo grado, la Società Snai ha integrato il versamento di Euro 43.800.821,92 effettuato il 4 novembre 2013 con l'importo aggiuntivo di Euro 21.947.876,71. Il giudizio è stato dichiarato estinto con sentenza 46/2014. In tal modo, pur convinta della validità del proprio operato ed avendo dovuto affrontare un ulteriore esborso economico che è andato gravare sul bilancio 2013, è stato chiuso in via definitiva un contenzioso pluriennale che ha visto coinvolta la Società e che consentirà a Snai di poter finalmente definire le proprie strategie di sviluppo senza l'incertezza derivante dalla persistenza del contenzioso.

NOTA METODOLOGICA



Rapporti con gli stakeholder e con i mercati di riferimento

Snai S.p.A. è una società leader nel mercato italiano dei giochi e delle scommesse. Nello svolgere la sua attività, Snai risponde pienamente a tutte le leggi e a tutti i regolamenti che disciplinano i giochi e le scommesse sul territorio italiano, e mantiene costanti rapporti con i propri interlocutori esterni ed interni, in primis con quelli istituzionali. Stimola e promuove una costante interazione con i propri stakeholder, assumendo impegni di trasparenza e affidabilità nei confronti di ciascuno di essi.

Snai promuove il gioco consapevole e responsabile, facendo propri i principi enunciati dall'Amministrazione autonoma dei Monopoli di Stato e avviando ulteriori iniziative per la prevenzione delle compulsività nel gioco. Progetti, obiettivi e traguardi in termini di sostenibilità e responsabilità ambientale sono condivisi con gli stakeholder di riferimento.

Periodo di riferimento

Il primo rapporto di sostenibilità è stato pubblicato nell'agosto 2012, e con cadenza annuale viene rinnovata la sua pubblicazione. Quella di quest'anno è quindi la quarta edizione, pubblicata nel settembre 2015, che fa riferimento all'esercizio 2014.

Il rapporto rimanda al Bilancio Consolidato del Gruppo Snai del 31 dicembre 2014 per quanto riguarda i dati socio-economici, le politiche di gestione del lavoro e della forza lavoro. Per i dati ambientali il perimetro di riferimento è limitato a Snai S.p.A. e Festa Srl.

Informazioni

Informazioni sui contenuti del report di sostenibilità possono essere richieste a Snai tramite l'indirizzo e-mail info@snai.it

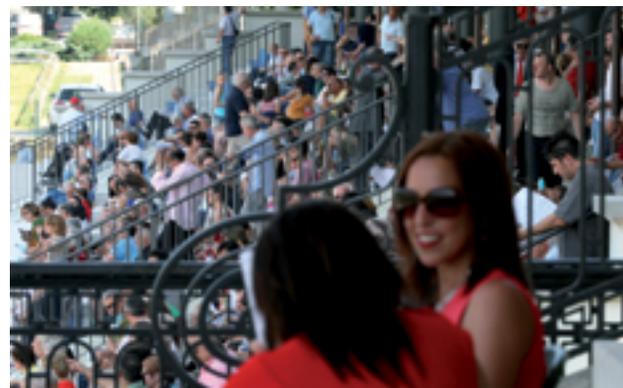
Definizioni

Nel rapporto di sostenibilità sono indicati con:

- Global Games S.p.A.: la società controllante, costituita pariteticamente da Investindustrial e Palladio Finanziaria
- Snai S.p.A.: la società capogruppo
- Gruppo Snai: Snai S.p.A. e le società sue controllate.

Tutti i dati sono presentati con riferimento ai settori operativi di Snai S.p.A. e delle controllate:

- con l'attività del Gruppo Snai e di Snai S.p.A., si fa riferimento alle attività svolte in Italia da parte della Capogruppo e delle controllate, in particolare per quanto riguarda la fornitura di giochi, scommesse e servizi a essi dedicati: scommesse su sport, ippica ed eventi non sportivi; videolotterie e new slot; poker e skill games online; concorsi a pronostico online; bingo online; gestione di ippodromi;
- le società controllate o con partecipazioni Snai sono: Teleippica Srl, Società Trenno Srl, Snai Rete Italia Srl, Teseo Srl (in liquidazione), Finscom Srl, Solar Sa, Hippogroup Roma Capannelle SpA, Alfea SpA, Connex Srl, Lexorfin Srl.



Principi di redazione

Il Bilancio Sociale 2014 è stato predisposto e redatto ispirandosi alle "Linee guida per il reporting di sostenibilità", nella versione 3.1 del GRI (*Global Reporting Initiative*). Il report non intende qualificarsi secondo uno dei livelli di applicazione del GRI, e non implica una sua interpretazione su questa base. Tuttavia, con l'obiettivo di rendere note le performance aziendali in termini di strategia, profilo organizzativo, parametri di reportistica, governance, impegno e azioni, sono stati utilizzati, interamente o parzialmente, alcuni indicatori GRI considerati rilevanti per questi ambiti (si veda Tabella di riepilogo degli indicatori GRI al paragrafo 8.2).

Fonti e sistema di rilevazione dei dati

Fonti utilizzate per la redazione del Rapporto di Responsabilità Sociale 2014 sono:

- le diverse funzioni aziendali di Snai S.p.A. e delle società controllate
- dati ufficiali diffusi da Aams (Amministrazione autonoma dei monopoli di Stato) in merito ai diversi segmenti del mercato italiano dei giochi e delle scommesse
- ricerche e indagini di mercato Eurisko e Astra Ricerche.

Ogni singola fonte è stata indicata e specificata, di volta in volta, all'interno del Rapporto. I dati e le informazioni economico-finanziarie sono stati tratti dal Bilancio Consolidato del Gruppo Snai chiuso il 31 dicembre 2014.

Processo di Assurance

Dal momento che Snai S.p.A. ha deciso di non dichiarare un livello di conformità ai criteri GRI, non è prevista la certificazione mediante processo di assurance.

› Pubblico in tribuna dell'ippodromo del galoppo di Milano

TAVOLA DI RIEPILOGO DEGLI INDICATORI GRI



15:30 Velvet Race PAL. 1100121008 - 4/11/25
12 PARTERII

6	D Piazza	9,47	4,63	3,02	84094
7	G Baleno	17,26	8,23	5,24	61025
8	P Bianco	16,60	7,85	5,07	00360
9	M De Uccis	11,32	5,49	3,68	41771
10	P Lamare	18,63	8,85	5,62	50559

CORSE DI AUTOMOBILISMO

00:16

SNAI

B. ALLEGATI

GRI	DESCRIZIONE	COPERTURA	RIFERIMENTO
Strategia e analisi			
1.1	Dichiarazione della più alta autorità decisionale sull'importanza della sostenibilità per l'Organizzazione	totale	pag. 2-3 Lettera agli stakeholder
Profilo dell'organizzazione			
2.1	Nome dell'Organizzazione	totale	Copertina
2.2	Principali marchi, prodotti e/o servizi	totale	pag. 41-43 Diversificazione e innovazione la chiave dell'offerta; pag. 44-47 Gli ippodromi
2.3	Struttura operativa dell'organizzazione, considerando anche principali divisioni, aziende operative, controllate e joint venture	totale	pag. 22 La struttura del Gruppo
2.4	Sede del quartier generale dell'Organizzazione	totale	pag. 19 Vicina ai clienti, in tutta Italia
2.5	Numero di paesi nei quali opera l'organizzazione e nome dei paesi nei quali l'organizzazione svolge la maggior parte della propria attività operativa o che sono particolarmente rilevanti per le tematiche di sostenibilità richiamate nel report	totale	pag. 16 Il profilo della società
2.6	Assetto proprietario e forma legale	totale	pag. 16 Il profilo della società, III copertina
2.7	Mercati serviti (includendo analisi geografica, settori serviti, tipologia di consumatori/beneficiari)	totale	pag. 17-18 Snai leader nelle scommesse
2.8	Dimensione dell'Organizzazione	totale	pag. 17-18 Snai leader nelle scommesse
2.9	Cambiamenti significativi nelle dimensioni, nella struttura o nell'assetto proprietario avvenuti nel periodo di rendicontazione	totale	pag. 22 La struttura del Gruppo, pag. 25 Consiglio di Amministrazione
2.10	Premi e riconoscimenti ricevuti nel periodo di riferimento	totale	pag. 54 Le principali iniziative del 2014
Parametri del report			
3.1	Periodo di rendicontazione delle informazioni fornite (ad es. esercizio fiscale, anno solare)	totale	pag. 94 Nota metodologica
3.2	Data di pubblicazione del report di sostenibilità più recente	totale	pag. 94 Nota metodologica
3.3	Periodicità di rendicontazione	totale	pag. 94 Nota metodologica
3.4	Contatti e indirizzi utili per richiedere informazioni sul report di sostenibilità e i suoi contenuti	totale	III copertina
3.5	Processo per la definizione dei contenuti del report	totale	pag. 94 Nota metodologica
3.6	Perimetro del report (paesi, strutture, joint venture, fornitori, ecc.)	totale	pag. 94 Nota metodologica
3.7	Dichiarazione di qualsiasi specifica limitazione dell'obiettivo o del perimetro del report	totale	pag. 94 Nota metodologica
3.8	Informazioni relative a joint venture, controllate, impianti in leasing, attività in outsourcing e altre entità che possono influenzare significativamente la comparabilità tra periodi e/o organizzazioni	totale	pag. 23 Le società controllate; pag. 94 Nota metodologica
3.10	Spiegazione degli effetti di qualsiasi modifica delle informazioni inserite nei report precedenti e motivazioni di tali modifiche	totale	pag. 89-90 Valore economico generato e distribuito
3.11	Cambiamenti significativi di obiettivo, perimetro o metodi di misurazione utilizzati nel report, rispetto al precedente periodo di rendicontazione	totale	pag. 23 Le società, pag. 94 Nota metodologica
3.12	Tabella esplicativa dei contenuti del report che riporti il numero di pagina o del sito Internet di ogni sezione	totale	pag. 96 La tavola di riepilogo degli indicatori GRI
Governance, impegni e coinvolgimento degli stakeholder			
4.1	Struttura di governo dell'Organizzazione, inclusi i comitati che rispondono direttamente al più alto organo di governo, responsabili di specifici compiti come la definizione della strategia o il controllo organizzativo	totale	pag. 24-33 La struttura di governance di Snai S.p.A.
4.2	Indicare se il presidente del più alto organo di governo ricopre anche un ruolo esecutivo	totale	pag. 25 Consiglio di Amministrazione
4.3	Numero dei membri dell'organo di governo che sono indipendenti e non esecutivi	totale	pag. 26-28 I comitati
4.4	Meccanismi a disposizione degli azionisti e dei dipendenti per fornire raccomandazioni o direttive al più alto organo di governo	parziale	pag. 73-75 Azionisti e investitori
4.14	Elenco degli stakeholder con cui l'organizzazione intrattiene attività di coinvolgimento	totale	pag. 7 La mappa degli stakeholder



GRI	DESCRIZIONE	COPERTURA	RIFERIMENTO
Performance Economica			
EC1	Valore economico direttamente generato e distribuito, inclusi ricavi, costi operativi, remunerazioni ai dipendenti, donazioni e altri investimenti nella comunità, utili non distribuiti, pagamenti ai finanziatori e alla Pubblica Amministrazione	totale	pag. 89-90 Valore economico generato e distribuito
EC6	Politiche, pratiche e percentuale di spesa concentrata su fornitori locali in relazione alle sedi operative più significative	totale	pag. 71 Fornitori
Indicatori di performance ambientale			
EN3	Consumo diretto di energia suddiviso per fonte	parziale	pag. 82 Energia
EN4	Consumo indiretto di energia suddiviso per fonte energetica primaria	parziale	pag. 82 Energia
EN8	Prelievo totale di acqua per fonte	totale	pag. 83 Acqua
EN16	Emissioni totali dirette e indirette di gas ad effetto serra per peso	parziale	pag. 84 Emissioni; pag. 85 Rifiuti
EN22	Peso totale di rifiuti per tipologia e per metodi di smaltimento	totale	pag. 84 Emissioni; pag. 85 Rifiuti
Indicatori di performance sulle pratiche di lavoro e sulle condizioni di lavoro adeguate			
LA1	Numero totale dei dipendenti, suddiviso per tipologie, tipo contratto e distribuzione territoriale	totale	pag. 63 Composizione
LA2	Numero totale e tasso di turnover del personale, suddiviso per età, sesso e area geografica	parziale	pag. 65 Composizione
LA4	Percentuale dei dipendenti coperti da accordi collettivi di contrattazione	totale	pag. 65 Composizione
LA6	Percentuale dei lavoratori rappresentati nel Comitato per la salute e la sicurezza, composto da rappresentanti della direzione e dei lavoratori, istituito al fine di controllare e fornire consigli sui programmi per la tutela della salute e della sicurezza dei lavoratori	totale	pag. 66 Prevenzione del rischio di infortuni sul lavoro
LA7	Tasso di infortuni sul lavoro, di malattia, di giornate di lavoro perse, assenteismo e numero totale di decessi, divisi per area geografica	totale	pag. 66 Prevenzione del rischio di infortuni sul lavoro
LA12	Percentuale dei dipendenti che ricevono regolarmente valutazioni delle performance e dello sviluppo della propria carriera	totale	pag. 65 Valutazione delle performance
LA13	Composizione degli organi di governo dell'impresa e ripartizione dei dipendenti per categoria in base a sesso, età, appartenenza a categorie protette e altri indicatori di diversità	totale	pag. 67 Pari opportunità; pag. 25 Consiglio di Amministrazione
LA16	Ore medie di formazione annue per dipendente, suddivise per genere e per categoria di lavoratori	totale	pag. 68 Lo sviluppo del capitale umano
Indicatori di performance sui diritti umani			
HR2	Fornitori sottoposti a verifiche in materia di diritti umani	totale	pag. 71 Osservanza del Codice Etico
HR4	Numero totale di episodi legati a pratiche discriminatorie e azioni intraprese	totale	pag. 67 Pari opportunità
Indicatori di performance sulla società			
SO2	Percentuale e numero di divisioni interne monitorate per rischi legati alla corruzione	parziale	pag. 28 Il sistema di controllo interno; pag. 34 Snai e l'antiriciclaggio
SO8	Valore monetario delle sanzioni significative e numero totale di sanzioni non monetarie per non conformità a leggi o regolamenti	totale	pag. 92 Contenzioso
Indicatori di responsabilità di prodotto			
PR5	Pratiche relative alla customer satisfaction, inclusi i risultati delle indagini volte alla sua misurazione	totale	pag. 59 Il dialogo continuo con i clienti per un'offerta sempre migliore
PR6	Conformità a leggi, standard e codici volontari relativi all'attività di marketing	totale	pag. 55 La tutela del giocatore al centro dell'attività di Snai
PR9	Valore monetario delle principali sanzioni per non conformità a leggi o regolamenti riguardanti la fornitura e l'utilizzo di prodotti e servizi	totale	pag. 92 Contenzioso

**Concept,
coordinamento
editoriale
e redazione**

External
Communications
Snai Spa

**Progetto grafico
e impaginazione**

Message Srl
Borsa Italiana Gruppo

Photo credits

Enzo De Nardin

Stampa

TICOM
Piacenza

Milano, settembre 2015

*Stampato su carta ecologica
"Fedrigoni Freelifa Kendo",
a basso impatto sull'ambiente,
certificata Fsc ed Ecolabel.*

Snai Spa

Via Luigi Boccherini 39
55016 Porcari (Lucca)

Via Montale 3
20151 Milano

Via di Settebagni 384/390
00138 Roma

Via Puccini 4, 4/A, 6
00198 Roma

Cap. sociale € 60.748.992,20 i.v.
R.E.A. Lucca n. 166476
P. Iva 01729640464

www.snai.it



