



RAPPORTO DI RESPONSABILITÀ SOCIALE 2012





Laghetto al centro della pista dell'ippodromo del galoppo di Milano che ospita diverse specie di anatidi.

Durante il periodo delle migrazioni si possono trovare particolari alzavole di passo, le più piccole anatre europee, e le canapiglie, di cui si contano in Italia tra i 4mila e i 5.500 esemplari.



**La
sostenibilità
in Snai**

PAG. 5



Chi siamo

PAG. 15



**La nostra
attività**

PAG. 33



**Il cliente
al centro**

PAG. 43



**Snai e
la relazione
con gli
stakeholder**

PAG. 59



**Snai e
l'ambiente**

PAG. 77



**I risultati
economici**

PAG. 89



“

Fare impresa oggi vuol dire in primo luogo avere la consapevolezza di una profonda responsabilità sociale in tutto quello che facciamo, in tutte le decisioni che siamo chiamati ad assumere: un'attenzione convinta a coloro che guardano alla nostra attività e ne rappresentano i reali destinatari: investitori, dipendenti e collaboratori, Istituzioni, il territorio in cui operiamo.

Snai costituisce da sempre un'impresa italiana, fortemente radicata sul territorio nazionale a partire dalla sua sede storica di Lucca e con i suoi ippodromi di Milano e Montecatini Terme. Da sempre guarda alla tecnologia e all'innovazione in chiave di sviluppo, di trasparenza e di miglior servizio alla clientela, in un complesso armonico che fa della Social Responsibility il suo valore fondante.

”

LETTERA AGLI STAKEHOLDER

La seconda edizione del nostro rapporto conferma che Snai ha scelto di orientare la propria intera attività in un'ottica di responsabilità sociale, coinvolgendo sempre più tutti i pubblici di riferimento.

Come tutte le aziende operanti nel settore del gaming, Snai – tramite la gestione dei giochi e delle scommesse affidati in concessione – contribuisce alla raccolta delle entrate erariali, indispensabili per la gestione dello Stato. Snai ha quindi il compito di confermare queste entrate, garantendo al tempo stesso un'equilibrata gestione dell'offerta al mercato, limitando e prevenendo le occasioni di gioco problematico e compulsivo anche attraverso la formazione ai propri addetti ai punti vendita e un'adeguata comunicazione sui rischi derivanti da un gioco non consapevole.

Responsabilità sociale d'impresa significa anche assumere impegni ben precisi nei confronti della comunità, delle risorse umane, di tutti i nostri interlocutori quotidiani, compresi i segmenti dello sport e dell'ippica, che costituiscono parte fondamentale della nostra attività proprio per ribadire come l'azienda sia parte integrante di un complesso sistema che può e deve garantire la massima trasparenza a tutti gli sport.

Per quanto riguarda l'ippica, l'azienda sta compiendo ogni sforzo per contribuire ad un necessario rilancio del settore, come hanno confermato le iniziative di promozione e comunicazione attuate per l'ippodromo del galoppo di Milano, e la riapertura per la stagione estiva dell'ippodromo del trotto di Montecatini Terme, lanciando un forte segnale di continuità all'intero settore e alla politica nazionale.

È stata posta attenzione ancora maggiore agli aspetti ambientali, anche tramite una più attenta sensibilizzazione nei confronti dei dipendenti sulle tematiche dell'ecosostenibilità; sono state attuate iniziative e progetti che hanno permesso di ridurre l'impatto anche nel lavoro quotidiano della rete di vendita, coerentemente con i principi della crescita sostenibile.



› L'ingresso della sede Snai a Porcari

I nostri interlocutori finali, giocatori e scommettitori, riconoscono il nostro impegno e confermano la fiducia nei nostri confronti: secondo una ricerca di mercato svolta nello scorso anno, al brand Snai sono principalmente abbinati concetti come “affidabilità” e “sicurezza”, aspetti fondamentali nelle richieste di ogni scommettitore che, nel momento in cui gioca con noi, ha la certezza di affidarsi a un sistema che offre tutte le tutele e le garanzie possibili.

Questo documento presenta la realtà e i valori del nostro Gruppo. È il frutto di un lavoro collegiale che ha coinvolto ogni unità aziendale: ciascuna di esse ha infatti contribuito alla realizzazione di questo testo rafforzando il principio di unità di intenti e di volontà dell'azienda.

È con vero piacere che sottopongo il Report di Social Responsibility di Snai Spa, relativo all'anno 2012, alla vostra attenzione: potrete scoprire la realtà di un'azienda composta da persone che lavorano con impegno quotidiano per raggiungere obiettivi sempre più complessi, e sempre nel rispetto dell'ambiente, dell'etica sociale, dei pubblici di riferimento. Un'azienda che vive grazie alle persone che operano con passione e grande partecipazione, ogni giorno, al suo interno.

Buona lettura.

Giorgio Sandi

Presidente e Amministratore Delegato Snai Spa





LA SOSTENIBILITÀ IN SNAI

Lo sviluppo responsabile di Snai: l'attenzione per gli impatti sociali

La mappa degli stakeholder

I principi del gioco sicuro: affidabilità e trasparenza

Snai, un brand sicuro

Le principali iniziative del 2012

Nuovi strumenti di raccolta dati per il rapporto di responsabilità sociale 2012

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 un settore importante come quello del gioco e delle scommesse, lo sviluppo del mercato e il conseguimento dei risultati economico-finanziari devono necessariamente essere accompagnati dall'attenzione per gli impatti, soprattutto sociali, che l'attività genera. Per questo Snai è impegnata in uno sviluppo responsabile, principio che viene condiviso a tutti i livelli aziendali.

Il management aziendale ha adottato il Codice Etico, il Codice di Autodisciplina oltre che un Modello di Organizzazione, gestione e controllo conforme al D. Lgs. 231/01. Agli stessi dirigenti spetta la valutazione accurata degli effetti che le scelte aziendali possono avere sui propri stakeholder, interni ed esterni.

› La sala del totalizzatore presso la sede Snai a Porcari



E' convinzione di Snai che un'offerta di gioco ampia, regolamentata e autorizzata sia il miglior deterrente verso il gioco illegale. Per questo Snai, da sempre, opera in piena collaborazione con le istituzioni di riferimento (ministeri, ADM, Sogei) e con le forze dell'ordine:

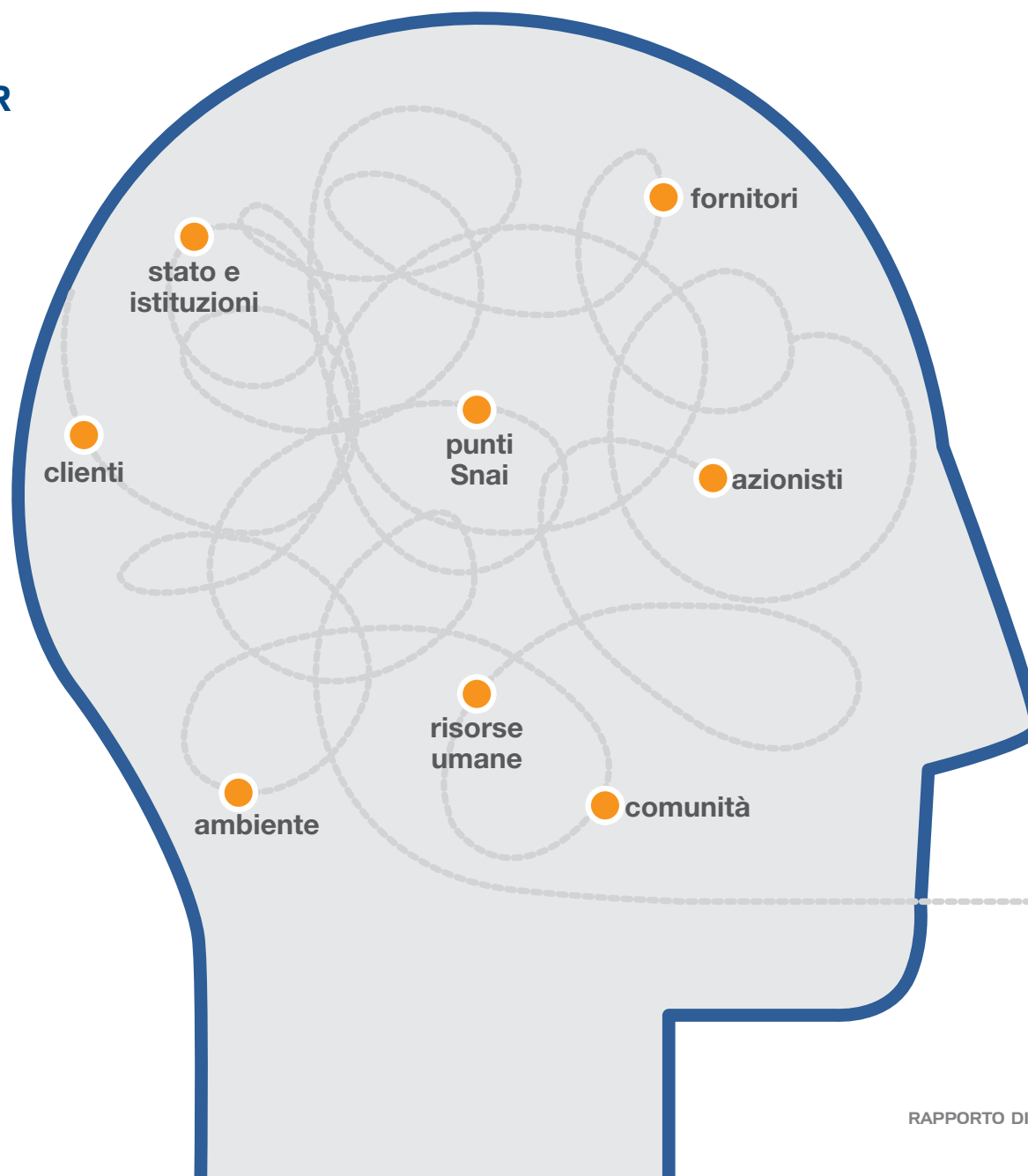
- per ampliare la gamma di giochi e scommesse, rispondendo così alle richieste e alle esigenze del mercato ed evitando al tempo stesso un eccesso di offerta che possa portare, tra l'altro, anche a situazioni di gioco problematico e compulsivo;
- per segnalare situazioni di illegalità sul territorio, contrastare la presenza di operatori non autorizzati e, quindi, direttamente e indirettamente, tutelare i giocatori da situazioni prive delle garanzie offerte dai concessionari di Stato.

Attraverso la propria rete di accettazione scommesse, Snai è vicina ai propri clienti proprio per offrire a tutti i giocatori la possibilità di avvalersi dei servizi garantiti dai concessionari di Stato, gli unici in grado di dare l'affidabilità e la sicurezza che un operatore illegale non può certo assumere agli occhi del cliente esperto.

I Punti e Corner Snai rispondono alle esigenze del giocatore, offrono un elevato standard qualitativo nell'accoglienza e nell'informazione agli scommettitori; ma è soprattutto offrono un dialogo costante con i giocatori così da consentire interventi adeguati qualora si percepiscano dei comportamenti a rischio. I gestori della rete di accettazione scommesse Snai sono infatti formati per agire e intervenire nel modo corretto con consigli e inviti alla moderazione e all'autocontrollo nel momento del gioco.



LA MAPPA DEGLI STAKEHOLDER



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



I PRINCIPI DEL GIOCO SICURO: AFFIDABILITÀ E TRASPARENZA

Prerogativa per lo sviluppo responsabile di Snai è l'offerta di gioco trasparente e affidabile.

Per questo Snai rispetta **i principi del gioco sicuro.**

- **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 2012 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.**

› Diretta tv
di eventi sportivi
in un Punto Snai

Partendo dal presupposto che le scommesse sportive e ippiche 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.

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 iniziative 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 è mantenuto in piena attività, per garantire la prosecuzione delle corse. Non solo, sono state pianificate iniziative di promozione e comunicazione in occasione dei tre più importanti appuntamenti dell'anno (Oaks d'Italia, Gran Premio di Milano, Gran Premio del Jockey Club) per valorizzare gli eventi ippici e per far conoscere al grande pubblico, soprattutto quello che non conosce l'ippica da vicino, il fascino e la spettacolarità di questa disciplina sportiva. Gli interventi hanno riguardato:

- sponsorship e media partnership con significativi brand quali Aston Martin, Sky, Gazzetta dello Sport, Corriere della Sera, Headbanger;
- valorizzazione televisiva dell'evento da parte di Teleippica, che ha consentito la trasmissione in diretta dei Gran Premi su Sky Sport 24 (per la prima volta da parte dell'emittente satellitare), oltre a garantire un'incisiva copertura delle intere giornate di corse;
- campagna advertising appositamente pianificata, format d'immagine coordinata, "promo" trasmesso da Sky Sport 24 nei giorni precedenti l'evento;

- collegamenti in diretta tv su Sky Sport 24 con i quotisti Snai per le quote sui Gran Premi;
- attività di media relation e ufficio stampa;
- 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.

L'ippodromo del trotto Sesana di Montecatini Terme, per il quale nel 2012 era stata decisa la sospensione dell'attività, ha ripreso a ospitare corse per la stagione estiva 2013. Grazie a sinergie attuate in collaborazione con l'amministrazione comunale della località termale, sono state realizzate iniziative di sensibilizzazione per ricordare a villeggianti e residenti a "tornare" a vivere una serata di corse all'ippodromo. Anche in questo caso sono state identificate le serate di maggior importanza per progettare e attuare iniziative di promozione e comunicazione: serata di riapertura dell'impianto, Gran Premio Società Terme, Gran Premio Città di Montecatini, Gran Premio Nello Bellei, oltre alla tradizionale "corsa delle pariglie".



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 attenzione alla costante introduzione di nuove tecnologie, soluzioni e opportunità offerte anche grazie al confronto con i migliori professionisti
- rendere semplici e veloci operazioni complesse
- rendere misurabile il miglioramento costante dei servizi al cliente, interno ed esterno

4

INNOVAZIONE

- creare valore per gli azionisti e per gli stakeholder
- porre costante attenzione al raggiungimento di obiettivi sfidanti e alle implicazioni economiche di ogni attività e iniziativa
- garantire continuità ai risultati
- svolgere le attività nel modo migliore possibile e nei tempi corretti
- misurare la performance
- 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 stakeholders e prendersi cura dei clienti come se fossero propri
- lavorare con entusiasmo al raggiungimento di obiettivi comuni



LE PRINCIPALI INIZIATIVE DEL 2012

Nel corso del 2012, l'offerta Snai è stata integrata da **nuove soluzioni di gioco**, in particolare per quanto riguarda l'aspetto del gioco "a distanza".

Il sito Snai.it ha offerto la modalità di gioco "slot" online, autorizzate dai Monopoli di Stato.

Tutte le slot online disponibili su Snai.it hanno ottenuto l'omologazione da parte dell'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli e, di conseguenza, rispondono a tutti i requisiti di legge per quanto riguarda questo tipo di gioco.

GRAZIE ALLA COLLABORAZIONE CON I PIÙ QUALIFICATI OPERATORI DEL SETTORE, L'OFFERTA SNAI VIENE COSTANTEMENTE AMPLIATA E AGGIORNATA, ANCHE CON ABBINAMENTI A BRAND DI LIVELLO MONDIALE

Come tutti i giochi "a distanza" Snai, anche per queste slot è necessaria l'apertura di un conto gioco, operazione che esclude completamente la possibilità di accesso ai minori.

Le nuove modalità di scommessa introdotte durante l'anno sono state sempre preventivamente autorizzate dall'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli, in un contesto di regolamentazione completa del settore. L'ampliamento del portafoglio scommesse è stato effettuato nell'ambito di linee guida con determinati obiettivi:

- Consentire al giocatore di "scegliere" le scommesse più vicine alle proprie conoscenze, per poter basare le proprie scelte sulla competenza.
- Mantenere la sicurezza in tutti i processi di gioco.
- Evitare ogni incentivazione al gioco compulsivo, intervenendo costantemente nel ricordare ai giocatori/scommettitori la necessità di mantenere il pieno autocontrollo.
- Contrastare il gioco illegale attraverso un'offerta autorizzata sempre più ampia.
- Sviluppare un ambiente di gioco responsabile, anche tramite la promozione e il sostegno a studi e ricerche su informazione, prevenzione e terapia del compulsive gambling.
- Fornire una completa e adeguata informazione sul gioco responsabile sia agli utenti finali sia alla propria rete di vendita, oltre che ai dipendenti della società.

In primavera, Snai ha partecipato all'**audizione presso XII Commissione affari sociali della Camera dei Deputati**. Il 19 aprile 2012 a Roma, si è svolta infatti un'audizione nell'ambito di un'indagine conoscitiva sul gioco d'azzardo, promossa dalla Commissione stessa. All'audizione hanno preso parte rappresentanti dei principali operatori del mercato italiano; Snai, che nel suo intervento ha sottolineato le azioni attuate dalla Società, di concerto con gli altri operatori, per promuovere e favorire una cultura del gioco maturo, consapevole, lontano da eccessi. L'intervento ha posto l'accento anche su **"Gioca per vincere - Non ti perdere"**, il brand realizzato e promosso da Snai per richiamare costantemente giocatori e scommettitori alla consapevolezza e alla lucidità nel gioco.





› La dirittura d'arrivo dell'ippodromo del galoppo di Milano

Sempre a Roma, si è svolta a ottobre la convention **“Insieme in gara per il futuro”** che ha visto riuniti i dirigenti e i quadri aziendali, oltre alla struttura commerciale di Snai, con i gestori dei Punti e dei Corner Snai. Il tema di fondo era la presentazione di nuove tecnologie (come il terminale My.Self) e nuove strategie aziendali (prima apparizione ufficiale delle scommesse virtuali di prossima introduzione), ma soprattutto è stata **una preziosa occasione di confronto diretto tra i vertici aziendali e i gestori della rete di vendita, le persone che ogni giorno sono a stretto contatto con il cliente finale, scommettitore o giocatore.**

E' stato così possibile avere un feedback concreto su come Snai viene vista e vissuta dai gestori dei punti vendita, dai clienti e dagli

scommettitori, conoscere quali fossero le aspettative e le attese, realizzare un vero e proprio briefing reciproco su quanto Snai offre di nuovo al mercato, e quanto fosse necessario introdurre e implementare per soddisfare e anticipare le domande della clientela. L'esito positivo di questo evento ha spinto l'azienda a pianificare una seconda convention per il mese di giugno 2013.

Infine, nel corso del 2012 **Snai ha ottenuto la conferma quadriennale per le certificazioni ISO 9001** (progettazione ed erogazione di servizi di call center) e **ISO 27001** (diffusione televisiva e multimediale legata alla cultura e al comparto dell'ippica e dello sport in generale).



NUOVI STRUMENTI DI RACCOLTA DATI PER IL RAPPORTO DI RESPONSABILITÀ SOCIALE 2012

Prosegue l'impegno di Snai verso la CSR con la seconda edizione del Bilancio di Sostenibilità 2012.

Per la raccolta dati, sia qualitativa che quantitativa, alle diverse strutture del Gruppo sono stati inviati appositi strumenti, format editoriali sotto forma di schede, per orientare e agevolare i responsabili della raccolta e per una più puntuale e organizzata richiesta di informazioni su tematiche specifiche.

Grazie all'uso di queste schede, la raccolta dati è stata più accurata e ispirata ai principi emanati dalle linee guida per il reporting di sostenibilità del Global Reporting Initiative, a cui si fa riferimento nella Tavola di riepilogo degli indicatori GRI (si veda il paragrafo 8.2).

Il Gruppo Snai ha deciso di non dichiarare per questo documento un livello di applicazione delle linee guida GRI, in quanto l'ormai imminente passaggio da GRI 3.1 a G4 modificherà completamente i livelli di conformità e quindi renderebbe non comparabile questo bilancio con quelli futuri.

L'ampia collaborazione ricevuta dalle diverse funzioni aziendali in sede di redazione, ha reso possibile la stesura di questo documento che permette di fornire a tutti gli stakeholder un quadro completo delle iniziative e delle attività avviate e realizzate in tema di responsabilità sociale.



› I rapporti di responsabilità sociale 2011 e 2012 Snai





CHI SIAMO

Il profilo

Snai si conferma leader
nelle scommesse

Vicina ai clienti,
in tutta Italia

Dal 1990 ad oggi

La struttura del Gruppo

Le società

La governance

IL PROFILO

Snai S.p.A., società quotata alla Borsa di Milano, è uno dei principali operatori a livello nazionale nel settore dei giochi e delle scommesse ed è la società leader in Italia nella raccolta delle scommesse ippiche e sportive.

E' controllata 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.).

SNAI È MULTICONCESSIONARIO PER LA GESTIONE DEI GIOCHI AUTORIZZATI IN ITALIA: SCOMMESSE, GIOCHI ONLINE E CONCORSI A PRONOSTICO, NEW SLOT, VIDEOLOTTERIES. GRAZIE AD ACCORDI CON GLI ALTRI CONCESSIONARI DI STATO E ALLE CONCESSIONI OTTENUTE DA ADM (AGENZIA DEI MONOPOLI E DELLE DOGANE - D'ORA IN POI ADM), SNAI ACCETTA INOLTRE GIOCHI SU SUPERENALOTTO E WIN FOR LIFE ONLINE.

La rete di accettazione Snai è composta da 2.912 punti vendita di cui 2.350 con concessione di gioco diretta della Società e 562 con fornitura di servizi specializzati ai Concessionari terzi, clienti della Società.

Snai S.p.A. è proprietaria degli ippodromi del galoppo e del trotto di Milano San Siro e del trotto di Montecatini Terme, e ha partecipazioni significative negli ippodromi del galoppo di Pisa San Rossore e Roma Capannelle.



› Particolare di uno studio televisivo di Teleippica

Con la controllata Teleippica, Snai garantisce ai punti della propria rete vendita e agli scommettitori la trasmissione televisiva di tutte le corse ippiche oggetto di scommessa in programma in Italia e all'estero. Teleippica trasmette anche sui canali Unire Tv e Snai Sat, dove trovano spazio i programmi dedicati a sport e altri eventi, oltre alle produzioni delle trasmissioni dedicate ai più importanti appuntamenti ippici e di Snai. La comunicazione in tempo reale è integrata da Radio Snai, trasmessa via satellite in tutti i Punti Snai, e che può essere ascoltata anche collegandosi al sito www.snai.it.



SNAI SI CONFERMA LEADER NELLE SCOMMESSE

Nel corso del 2012 Snai si è confermata leader di settore per quanto riguarda il betting su sport e ippica: l'azienda ha infatti raggiunto una quota di mercato pari al 57,48% nelle scommesse sulle corse dei cavalli, mentre la market share nel gioco sullo sport è stata pari al 31,27%.

Buoni risultati sono stati ottenuti dal segmento del gioco a distanza, che comprende scommesse sportive e ippiche, poker online nelle due modalità torneo e cash, skill games, casinò games e le più recenti slot online.

57,48%

**QUOTA DI MERCATO
SCOMMESSE IPPICHE**

5,5 MLD

TOTALE RACCOLTA

MERCATO ITALIANO GIOCHI E SCOMMESSE 2012

	Raccolta 2012	Raccolta 2011	Spesa effettiva 2012	Spesa effettiva 2011	Quota mercato 2012	Differenziale raccolta
Awp e Videolottery	46.100	44.900	10.500	9200	54,59%	+2,67%
Poker cash e casino games	12.700	6.200	400	180	15,04%	+104,84%
Lotterie e G&V	9.800	10.200	2.600	2720	11,60%	-3,92%
Lotto	6.150	6.800	2.500	2800	7,28%	-9,56%
Scommesse sportive	3.940	3.875	700	900	4,67%	+1,68%
Superenalotto e Win for Life	1.820	2.400	1.100	1500	2,10%	-24,17%
Bingo	1.655	1.900	400	500	1,96%	-12,89%
Skill games e poker a torneo	1.270	2.300	200	300	1,50%	-44,78%
Scommesse ippiche	1.015	1.370	300	400	1,20%	-25,91%
Totale	84.450	79.945	18.700	18.500		+5,64%

Fonti: Snai e ADM. Dati in milioni di euro.

I dati sulla spesa effettiva del 2012 sono stimati sulla base di notizie reperite dai media nazionali.

RACCOLTA GIOCHI E SCOMMESSE SNAI NEL 2012

Gioco/scommessa	Raccolta 2012	Raccolta 2011	Spesa effettiva 2012	Spesa effettiva 2011	Quota mercato 2012	Differenziale raccolta
Scommesse ippiche	551	760	163	222	57,48%	-27,50%
Scommesse sportive	1.232	1.276	230	290	31,27%	-3,45%
Awp e Vlt	2.837	2.358	559	558	6,90%	20,31%
Cash casino games	848	397	23	11	6,46%	113,60%
Skill games	66	127	9	16	7,81%	-48,03%
Bingo online	11	14	3	4	7,81%	-21,43%
Totale	5.545	4.932	987	1.101	6,57%	12,43%

Fonti: Snai e ADM. Dati in milioni di euro.

La quota di mercato è riferita al corrispondente dato totale nazionale 2012.

Per Awp, Vlt e giochi a distanza, i dati sulla raccolta sono aggiornati al 31 dicembre 2012, le rispettive quote di mercato al 31 ottobre 2012, in attesa dei dati ufficiali nazionali da ADM.



Snai si conferma leader nel settore delle scommesse, con quote di mercato, riferite alla raccolta, pari al 31,07% nello sport e al 54,50% nell'ippica, pur a fronte di una nuova, marcata flessione nel gioco sulle corse dei cavalli (-26,2% rispetto al 2011).

Negli apparecchi da intrattenimento, Snai ha consolidato la propria posizione, arrivando a una raccolta pari a 2,84 miliardi di euro, nonostante abbia dovuto far fronte al blocco della piattaforma Vlt Barcrest a causa di anomalie verificatesi nel mese di aprile. Il blocco – adottato a tutela della clientela - ha determinato una iniziale diminuzione nel numero di macchine attive sul territorio, gap successivamente colmato in tempi rapidi grazie all'attivazione di apparati di una nuova e differente piattaforma.

Per quanto riguarda il gioco a distanza, Snai offre tramite il proprio sito scommesse su sport e ippica, tornei di poker in modalità torneo e cash, oltre numerosi altri giochi quali blackjack, backgammon, burraco, tresette, briscola, scopa, poker ai dadi ecc. Il comparto digital ha visto un significativo incremento delle quote di mercato e della raccolta, in particolare per scommesse sportive (+11%) e digital games (+71,6%), grazie anche all'introduzione, nell'agosto del 2012, di un'applicazione *mobile* per scommesse sportive per tablet e smartphone. La risposta dei giocatori è stata molto positiva, con l'applicazione scaricata per quasi 200mila volte nei mesi successivi al lancio.

I "NUMERI" DELLE SCOMMESSE CON SNAI

Gioco/scommessa	2012	2011
Ticket di scommessa emessi sullo sport	142.901.917	142.817.000
Ticket di scommessa emessi sull'ippica	70.754.672	91.980.015
Numero massimo di ticket sport/giorno	1.133.806	1.289.429
Numero massimo di ticket ippica/giorno	297.622	403.746
New slot in carico al 31 dicembre	29.900	30.532
New slot in carico in media	30.124	29.837
Videolottery in carico al 31 dicembre	2.585	2.042
Videolottery in carico in media	2.049	1.022
Media quotidiana per utente pagine viste su www.snai.it	3,25	2,43
Conti gioco Snai Card attivi	174.458	126.986
Visite al sito www.snai.it	60.010.728	52.876.537
Visitatori unici	13.277.671	11.725.989
Visualizzazioni di pagina	195.059.824	128.574.982
Numero di mani di poker cash giocate	112.000.000	58.500.000
Numero di tornei di poker giocati	Oltre 3.000.000	Oltre 5.000.000
Numero di cartelle bingo online vendute	120.000.000	150.000.000
Numero di vincite al casinò online	600.000.000	350.000.000

QUOTE DI MERCATO SNAI

Gioco/scommessa	2012	2011
Scommesse ippiche	54,50%	55,52%
Scommesse sportive	31,27%	32,52%
New slot e videolottery	6,90%	5,25%
Cash casino games	6,46%	6,40%
Skill e casino games online	5,87%	5,64%
Bingo online	7,81%	7,41%

Fonte: Snai



VICINA AI CLIENTI, IN TUTTA ITALIA

Il Gruppo Snai è dotato di tre sedi, la sede legale si trova a Porcari (LU), mentre le altre sono a Roma e a Milano.

787

CORNER SPORT

516

NEGOZI

1.047

CORNER IPPICI

2.350

**TOTALE COMPLESSIVO
DELLA DISTRIBUZIONE
DEI PUNTI E CORNER SNAI
IN ITALIA**

GRAFICO: I PUNTI E CORNER SNAI NELLE REGIONI ITALIANE



Come si può notare, la regione in cui la rete di accettazione Snai è più presente è certamente la Lombardia (453) seguita a distanza da Campania (245), da Lazio (224), Emilia Romagna (221), Toscana (203), Puglia (159) e Sicilia (139).



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'Amerique 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'Amerique, 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.



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 Iso9001.

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.

2010

Lancio del brand "Gioca per vincere", a sostegno del gioco consapevole e responsabile; Snai ottiene la certificazione Iso27001.

2011

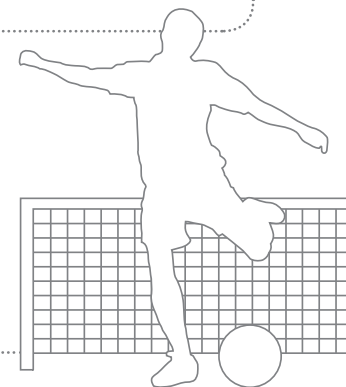
La società Global Games Spa acquisisce la quota di maggioranza di Snai Spa. Nei Punti Snai compaiono le nuove videolotteries. Nel settore online, il poker può essere giocato anche in modalità cash; inoltre, Snai lancia i casinò games online. In questo anno nasce anche Radio Snai, diffusa via web in tutti i Punti Snai.

2012

Partecipazione al nuovo bando di gara per 2.000 nuove concessioni per scommesse. Introduzione del nuovo terminale per scommesse My.Self, delle slot online e dell'app "SnaiSport" per mobile gaming. **Pubblicazione del primo rapporto di responsabilità sociale di Snai S.p.A.**

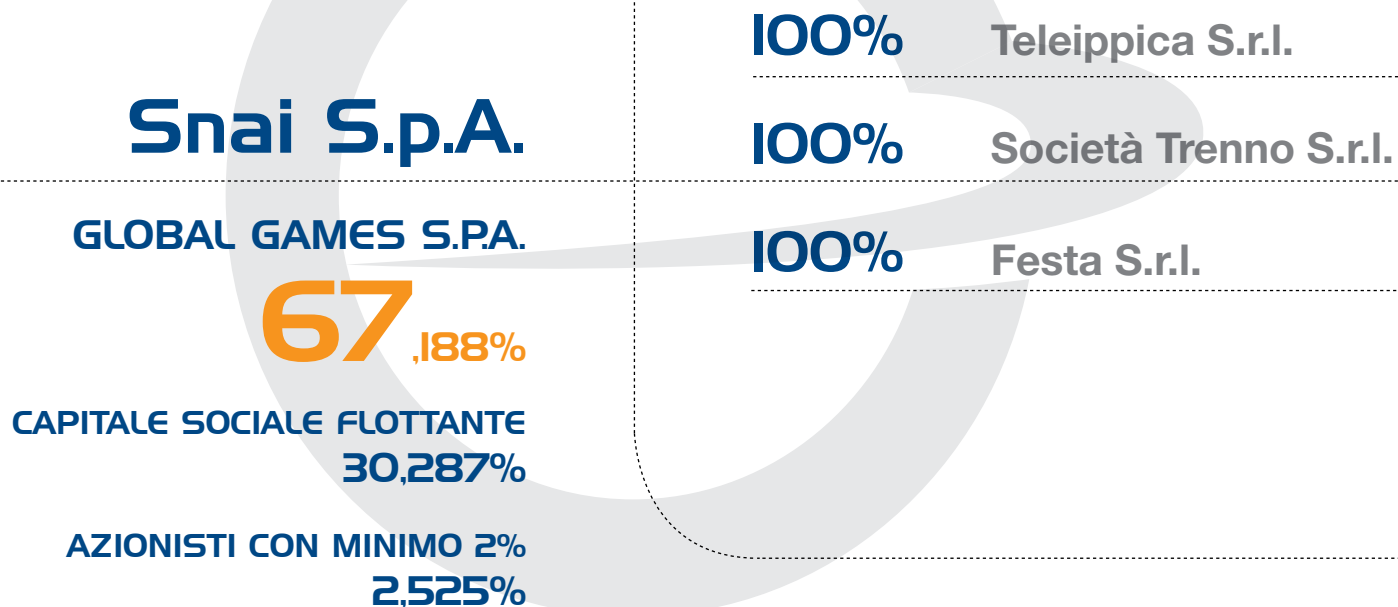
2013

Rinnovo della concessione per la gestione di apparati Awp e Vit. Lancio delle applicazioni "Snai ippica" e "Snai Roulette" per scommettere con smartphone e tablet. Esito della gara per 2.000 nuove concessioni per scommesse: Snai si aggiudica 278 diritti. **Pubblicazione della seconda edizione del Rapporto di responsabilità sociale.**



LA STRUTTURA DEL GRUPPO al 26 aprile 2013

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., dal momento che Snai S.p.A. determina in modo autonomo i propri indirizzi strategici con piena autonomia organizzativa, gestionale e negoziale. La struttura del Gruppo Snai al 26 aprile 2013 è così composta:



LE SOCIETÀ



Teleippica S.r.l. unipersonale:

gestisce le trasmissioni TV dirette ai punti di accettazione scommesse, oltre ai canali Unire Verde, Unire Grigio, Unire Blu, Snai TV (visibili solo all'interno delle agenzie di scommesse) e al canale Snai Sat su Sky.

Società Trenno S.r.l. unipersonale:

si occupa della gestione delle attività degli ippodromi di San Siro a Milano e Sesana a Montecatini. Gli ippodromi si pongono tra i più prestigiosi palcoscenici ippici a livello mondiale. Le piste dell'impianto del galoppo, 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.

Festa S.r.l. unipersonale:

è la società del Gruppo Snai incaricata della gestione di tutti i servizi di contact center del gruppo. Opera in modalità multicanale utilizzando contatti telefonici, e-mail, chat online e sms. Le postazioni operatore sono più di 200, oltre a numerose postazioni remotizzate. La gamma di servizi inbound e outbound offerti da Festa comprende Help Desk, centralino aziendale, gestione di "numeri verdi", online banking, concorsi, promozioni, telemarketing, rilevazioni customer satisfaction, indagini di mercato, recupero crediti, teleselling. A partire dal 2003 è certificata in conformità alla norma Uni En Iso 9001:2008 per la "progettazione ed erogazione di servizi di call center".

Immobiliare Valcarenga S.r.l.

(100%): proprietaria di impianti ippici, si occupa della gestione e dell'affitto delle strutture.

Hippogroup Roma Capannelle S.p.A.

(27.78%): gestisce l'ippodromo del galoppo di Roma.

Alfea S.p.A. (30.70%):

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

Solar S.A. (30%):

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

Connex S.r.l. (25%):

commercializza e installa sistemi e apparecchiature informatiche.

Lexorfin S.r.l. (2.4%):

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

LA GOVERNANCE

L'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 S.P.A. AL 26 APRILE 2013

ASSEMBLEA DEI SOCI



SOCIETÀ DI REVISIONE

Reconta Ernst & Young S.p.A.



CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

PRESIDENTE E AMMINISTRATORE DELEGATO

Giorgio Sandi

AMMINISTRATORI

Stefano Campoccia
Gabriele Del Torchio
Nicola Iorio
Massimo Perona
Sergio Ungaro*
Barbara Poggiali
Tommaso Colzi

Mara Anna Rita Caverni
Giorgio Drago
Enrico Orsenigo
Roberto Ruozi
Mauro Pisapia
Chiara Palmieri



COLLEGIO SINDACALE

PRESIDENTE

Massimo Gallina

SINDACI EFFETTIVI

Enzio Bernani
Maurizio Maffeis

SINDACI SUPPLEMENTI

Alessandro Dolcetti
Gino Camillo Puliti



COMITATO CONTROLLO E RISCHI

COMPONENTI

Stefano Campoccia
Sergio Ungaro*
Mara Anna Rita Caverni



COMITATO PER LA REMUNERAZIONE

COMPONENTI

Sergio Ungaro*
Roberto Ruozi
Barbara Poggiali

* Leading Independent Director



Consiglio di Amministrazione

Il Consiglio di Amministrazione è attualmente composto da 3 donne e 11 uomini, nessuno dei quali appartiene alle cosiddette “categorie protette”. Rispetto al 2012, quando il Consiglio era interamente maschile, vi è stato l’inserimento di rappresentanti femminili, in linea con le direttive internazionali che vogliono una maggiore parità di genere nelle alte cariche aziendali.

Componenti del CdA per genere ¹	Udm	2012	2011
Uomini	(%)	79%	100%
Donne	(%)	21%	0%
Totale	(%)	100%	100%

Componenti del CdA per età ¹	Udm	2012
Da 30 a 50 anni	(num)	5
	(%)	36%
Oltre i 50 anni	(num)	9
	(%)	64%

Per quanto riguarda l’età dei 14 componenti del CdA, rispetto a quanto riportato nella tabella precedente, è possibile distinguere ulteriori fasce d’età¹:

- 30-39 anni: 2 consiglieri,
- 40-49 anni: 3 consiglieri,
- 50-59 anni: 5 consiglieri,
- over 60 anni: 4 consiglieri.

¹ Per la composizione indicata si fa riferimento ai dati aggiornati al 30 giugno 2013

Tutti i consiglieri sono in carica fino all’assemblea che sarà chiamata ad approvare il bilancio di esercizio al 31 dicembre 2015.

Nel corso dell’esercizio 2012 si sono dimessi alcuni consiglieri i quali sono stati sostituiti attraverso nomina per cooptazione da parte del CdA. In aggiunta, il 13 marzo 2013 il Consiglio di Amministrazione ha provveduto a conferire ulteriori poteri al Presidente del CdA nella persona di Giorgio Sandi, successivamente alla rinuncia da parte di Stefano Bortoli all’incarico di Amministratore Delegato². Attualmente il Presidente del Consiglio di Amministrazione ricopre anche il ruolo di Amministratore Delegato.

I candidati al Consiglio di Amministrazione, e i componenti eventualmente cooptati, sono invitati a un’autovalutazione circa la possibilità di svolgere i compiti affidati con la necessaria diligenza. A ogni candidato viene richiesto di valutare il numero di cariche di amministratore, o di sindaco, eventualmente ricoperte in altre società quotate, anche estere o di rilevanti dimensioni, anche in società finanziarie, bancarie e assicurative. 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 annuale sulla corporate governance.

² La rinuncia è efficace a partire dall’assemblea chiamata ad approvare il bilancio di esercizio al 31 dicembre 2012 (26 aprile 2013)

Il Consiglio di amministrazione di Snai Spa non è a conoscenza di attività esercitate dai propri componenti in concorrenza con la società stessa. In assenza di questi presupposti, l’assemblea dei soci non ha autorizzato tali attività, come previsto dall’art. 2390 del Codice Civile.

La controllante Global Games Spa, per poter assicurare alla società i più alti livelli di professionalità possibili, seleziona secondo principi di professionalità e competenza i candidati amministratori da sottoporre all’Assemblea dei soci. Lo stesso principio vale per i candidati amministratori eventualmente proposti da soci di minoranza e per gli amministratori eventualmente cooptati, per le nomine dei quali è prevista l’approvazione da parte del Consiglio di amministrazione.

Al Consiglio di amministrazione spetta la gestione dell’impresa e l’attuazione dell’oggetto sociale nel rispetto di quanto previsto nel Titolo V del codice civile artt. 2380-2409 *novesdecim*. Il presidente del CdA ricopre un ruolo esecutivo.

La remunerazione dell’Amministratore Delegato della Società e delle controllate è normalmente legata ai risultati economici conseguiti dalla Società, e/o al raggiungimento di specifici obiettivi e risultati, attraverso i cosiddetti “*management by objective*”. Per ora non sono stati previsti piani di attribuzione di azioni od opzioni di sottoscrizioni di azioni di Snai Spa (“*stock options*”)³.

³ L’Amministratore Delegato di SNAI è remunerato anche in misura fissa.



La remunerazione degli altri componenti del Consiglio di Amministrazione di SNAI e dei Comitati, è stabilita in misura fissa e non è collegata a risultati economici o altri obiettivi raggiunti dalla Società. Gli amministratori delle società controllate percepiscono un “gettone” ogni riunione del Consiglio di Amministrazione. La remunerazione degli amministratori è stabilita dall’Assemblea e, per quanto riguarda gli incarichi particolari, dal Consiglio di Amministrazione.

Operazioni con le parti correlate

Il 29 novembre 2010 Snai ha adottato, in attuazione del Regolamento Consob n. 17221 del 12 marzo 2010 e successive modifiche e integrazioni in materia di Operazioni con Parti Correlate, nel rispetto delle disposizioni del TUF e dell’articolo 2391 bis c.c., una propria “Procedura per la disciplina delle operazioni con parti correlate”. Tale procedura è pubblicata sul sito www.snai.it nella sezione “Investor Relation” unitamente alla normativa di supporto. **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. Nell’individuazione e nell’analisi degli ipotetici rapporti con parti correlate, gli organi sociali di Snai S.p.A., ciascuno per quanto di propria competenza, privilegiano la sostanza del rapporto e non semplicemente la forma giuridica dello stesso. La Società si sta dotando anche di istruzioni che comprendono regole tecnico – operative di dettaglio con riferimento all’attribuzione di specifici compiti e alla previsione di sistemi di coordinamento nell’ambito dell’organigramma societario, volte a garantire una corretta implementazione del sistema complessivo per la gestione delle operazioni con parti correlate (“Istruzioni Operative per la gestione delle operazioni con parti correlate”).

I comitati

CdA

III → 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

III → nomina

COMITATO PER LA REMUNERAZIONE

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

III → 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



Il **Comitato Controllo e Rischi** (già Comitato di Controllo Interno) 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.

In particolare il Comitato fornisce il proprio parere al CdA:

- 1) nella definizione delle linee di indirizzo del Sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi, in modo che i principali rischi afferenti alla Società e alle sue controllate risultino correttamente identificati e adeguatamente misurati, gestiti e monitorati, nonché nella determinazione dei criteri di compatibilità di tali rischi con una gestione dell'impresa coerente con gli obiettivi strategici individuati;
- 2) nella valutazione, con cadenza almeno annuale, dell'adeguatezza, dell'efficacia e dell'effettivo funzionamento del Sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi rispetto alle caratteristiche dell'impresa e al profilo di rischio assunto;
- 3) nell'approvazione, con cadenza almeno annuale, del piano di lavoro predisposto dal Responsabile della funzione di Controllo Interno e Gestione dei Rischi, sentiti il Collegio Sindacale e l'Amministratore incaricato del Sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi;
- 4) nella descrizione, all'interno della relazione sul governo societario, degli elementi essenziali del Sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi, nonché nella valutazione sull'adeguatezza complessiva dello stesso;
- 5) nella valutazione, sentito il Collegio Sindacale, 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 Rischi⁴

Nominativo	Genere (M/F)	Ruolo
STEFANO CAMPOCCIA	M	presidente
MARIA ANNA RITA CAVERNI	F	componente
SERGIO UNGARO	M	componente

Il **Comitato per la Remunerazione** è titolare di funzioni consultive e propositive nei confronti del CdA in materia di remunerazione. In particolare il Comitato:

- 1) valuta periodicamente l'adeguatezza, la coerenza complessiva e la concreta applicazione della politica per la remunerazione degli amministratori e dei dirigenti con responsabilità strategiche;
- 2) presenta proposte o esprime pareri al CdA sulla remunerazione degli amministratori esecutivi, degli amministratori delegati e degli altri amministratori che ricoprono particolari cariche nonché sulla fissazione degli obiettivi di performance correlati alla componente variabile di tale remunerazione e monitora l'applicazione

delle decisioni adottate dal CdA verificando, in particolare, l'effettivo raggiungimento degli obiettivi di performance;

- 3) sottopone all'approvazione del CdA la Relazione sulla Remunerazione e in particolare la politica per la remunerazione degli amministratori e dei dirigenti con responsabilità strategiche per la presentazione all'Assemblea degli Azionisti convocata per l'approvazione del bilancio d'esercizio;
- 4) riferisce sulle modalità di esercizio delle proprie funzioni all'Assemblea degli Azionisti convocata per l'approvazione del bilancio d'esercizio, tramite il Presidente del Comitato o altro componente da lui designato.

Componenti del Comitato per la Remunerazione⁴

Nominativo	Genere (M/F)	Ruolo
SERGIO UNGARO	M	presidente
BARBARA POGGIALI	F	componente
ROBERTO RUOZI	M	componente

Amministratori indipendenti e/o non esecutivi per genere ⁴	Udm	2012	2011
Uomini	(num)	3	2
Donne	(num)	3	0
Totale amministratori indipendenti	(num)	6	2

⁴ Per la composizione indicata si fa riferimento ai dati aggiornati al 30 giugno 2013



Il concetto di amministratore “non indipendente” è conforme sia con quanto previsto dal Codice di Autodisciplina approvato dal Comitato per la Corporate Governance sia con quanto previsto dall’art. 147 ter T.U.F. che rinvia ai requisiti richiesti per i sindaci dall’art. 148 comma 3 T.U.F.. Pertanto, non possono essere eletti e se eletti, decadono dall’ufficio:

- a) coloro che si trovano nelle condizioni previste dall’articolo 2382 del codice civile;
- b) il coniuge, i parenti e gli affini entro il quarto grado degli amministratori della società, gli amministratori, il coniuge, i parenti e gli affini entro il quarto grado degli amministratori delle società da questa controllate, delle società che la controllano e di quelle sottoposte a comune controllo;
- c) coloro che sono legati alla società o alle società da questa controllate o alle società che la controllano o a quelle sottoposte a comune controllo ovvero agli amministratori della società e ai soggetti di cui alla lettera b) da rapporti di lavoro autonomo o subordinato ovvero da altri rapporti di natura patrimoniale o professionale che ne compromettano l’indipendenza”. Il concetto di amministratore “non esecutivo” è conforme a quanto previsto nel Codice di Autodisciplina approvato dal Comitato per la Corporate Governance.

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.

Il sistema di controllo interno

La Società ha proseguito, nel corso dell’esercizio 2012, il processo di riallineamento del proprio sistema di controllo interno al nuovo contesto organizzativo, con particolare riferimento sia al processo di informativa finanziaria che alla compliance normativa al D. Lgs. 231/01 e successive modifiche ed integrazioni.

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

Nel corso dell’esercizio 2012 il Consiglio di Amministrazione è stato informato, mediante le relazioni semestrali del Comitato Controllo e Rischi, degli stati di avanzamento delle attività svolte in ambito di controllo interno e gestione dei rischi e ha condiviso con lo stesso le valutazioni sull’adeguatezza del sistema di controllo e sulle attività integrative utili al suo miglioramento.

Aree esaminate rispetto ai reati corruttivi nel 2011/2012

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 Omaggi e Sponsorizzazioni
- 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) Flussi finanziari di tesoreria
 - e) Gestione sistemi informativi
-



L'attività di adeguamento del sistema di controllo sviluppata e implementata nel corso degli esercizi 2011 e 2012 ha visto protagonista **l'analisi dei processi riferibili ai rapporti con la Pubblica Amministrazione al fine di garantire comportamenti caratterizzati da correttezza, trasparenza e tracciabilità a garanzia del rischio di commissione di reati corruttivi**. Il piano delle attività da svolgere nel 2013 prevede, fra le altre, un'attività di assessment ex D.Lgs. 231/01 finalizzata all'aggiornamento del Modello Organizzativo della società rispetto all'introduzione del reato di "corruzione tra privati".

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. Il 31 gennaio 2012, anche in adesione al nuovo Codice di Autodisciplina emesso nel dicembre 2011 da Borsa Italiana, il Consiglio di Amministrazione di Snai S.p.A. ha nominato la Funzione "Controllo Interno e Gestione dei Rischi" (Internal Audit) collocata, a garanzia della propria indipendenza e obiettività, alle dipendenze gerarchiche del Consiglio di Amministrazione e funzionali del Presidente del Consiglio di Amministrazione.

La funzione, in stretto raccordo con il Comitato Controllo e Rischi della Società, ha avviato una serie di attività volte a ultimare l'adeguamento del Sistema di Controllo Interno e Gestione dei Rischi della Società e al suo aggiornamento in un'ottica di compliance integrata.

Il Consiglio di Amministrazione ha approvato il mandato della Funzione che disciplina, fra l'altro, attività e flussi informativi da e verso gli organi di controllo.

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 rispondenza 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.**

L'insieme di tali attività, sia con riferimento alla "Gestione dei rischi" sia 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.





Il Codice Etico

Snai ha adottato un Codice Etico, che contiene i principi e i valori condivisi dalla società, che esprime gli impegni e le responsabilità etiche e comportamentali che Snai assume e attua nell'esercizio dell'impresa. Il contenuto del Codice Etico vincola il comportamento di tutti coloro che operano in Snai e per conto della società stessa.

Il Codice, parte integrante del modello di Organizzazione Gestione e Controllo della Società è stato approvato dal Consiglio di Amministrazione di Snai, e raccoglie i principi e le regole comportamentali in cui la società si rispecchia: scopo principale del codice è dichiarare e diffondere i valori e le regole comportamentali cui la società intende fare costante riferimento nell'esercizio della propria attività imprenditoriale.

Il Codice Etico di Snai Spa è rivolto a:

- **Soci di Snai Spa**
- **Organi sociali** (CdA, organi delegati, collegio sindacale, la società di revisione, il direttore generale, nonché qualsiasi soggetto che eserciti i poteri di rappresentanza, decisionali, di controllo interno della Società)
- **Personale** (dipendenti, agenti, lavoratori parasubordinati, collaboratori coordinati e continuativi)
- **Consulenti, fornitori di beni e servizi anche professionali, e chiunque svolga attività in nome e per conto di Snai Spa o sotto il controllo di essa.**

Il testo integrale del Codice Etico di Snai Spa è a disposizione di tutto il personale Snai sulla Intranet aziendale, e ai terzi sul sito Internet www.Snai.it, nella sezione istituzionale, "Modello 231".

› Panoramica della sala regia centrale



Il Modello Organizzativo

Nel corso 2008 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, nominando un “Organismo di vigilanza” responsabile di monitorarne l’adeguatezza e l’effettivo funzionamento.

In seguito all’evoluzione normativa e ai cambiamenti organizzativi intercorsi, Snai, a partire dal mese di settembre 2011, ha avviato l’aggiornamento del proprio modello, finalizzato a un allineamento con le previsioni del D.Lgs. 231/01 e a identificare opportunità di miglioramento relative all’efficacia e all’efficienza complessiva del sistema di controllo interno aziendale. L’approccio operativo adottato è stato basato sulle best practices aziendali in merito alla necessaria ridefinizione del modello (come le Linee Guida definite da Confindustria, oltre a giurisprudenza e a dottrina prevalente). Le attività sono state condotte secondo una logica risk-based, volta a collegare le possibili fattispecie di reato ai processi aziendali rilevanti per ciascuna di esse e alle strutture organizzative coinvolte.

La società, nel corso dell’esercizio 2012, ha sviluppato il Piano d’implementazione del Modello e condotto un ulteriore aggiornamento dello stesso rispetto all’introduzione di una nuova parte speciale riferita ai “Reati Ambientali”. E’ pianificato per l’esercizio 2013 un progetto finalizzato alla verifica dell’applicabilità di reati di nuova introduzione nel D.Lgs 231/01 Art. 25 duodecies – Impiego di cittadini di paesi terzi il cui soggiorno è irregolare e le modifiche apportate agli Artt.25 – Reati contro la Pubblica Amministrazione e 25 ter – Reati Societari (ex L. 190/2012 in materia anticorruzione). L’attività verrà svolta attraverso lo svolgimento e documentazione di un risk assessment e gap analysis nonché successivo aggiornamento, laddove necessario, dell’intero Modello (Parte Generale, Parti Speciali e Codice Etico).

Certificazioni

Con la prima certificazione ISO 9001 ottenuta nel 1999 Snai S.p.A. ha avviato un progetto che ha portato il Gruppo, nel corso degli anni, a implementare e mantenere due Sistemi di Gestione aziendale in continua evoluzione ed espansione e a certificare l’Azienda secondo i principi delle norme UNI EN ISO 9001:2008 e la ISO 27001:2005.

Snai S.p.A. è certificata per le attività di:

- 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.

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

Al fine di focalizzare le attività sulle esigenze dei Clienti interni ed esterni, la Qualità in Snai viene intesa come “qualità dell’organizzazione” ed è per questo un Sistema sempre aperto - in continuo aggiornamento - e impegnato in un’azione strategica di miglioramento continuo orientata a garantire la massima soddisfazione del cliente.

La salvaguardia del cliente e la sicurezza dei suoi dati costituiscono inoltre valore primario per Snai S.p.A. che investe costantemente le sue risorse per l’attuazione di tali principi nel rispetto della legislazione dettata in materia.

I tredici anni di certificazione rappresentano la garanzia di questo costante impegno.





LA NOSTRA ATTIVITÀ

L'evoluzione di Snai
nel mercato del gaming:
l'implementazione
dell'offerta tecnologica

La strategia del Gruppo:
ampliare l'offerta
nel rispetto dei
principi etici del gioco
responsabile

La più ampia rete
di vendita in Italia

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 delle scommesse, in Italia, ha vissuto in passato un lungo periodo privo di occasioni di sviluppo ed evoluzione. Sino alla fine degli anni '90, oltre alle scommesse sui cavalli – giocabili solo negli ippodromi e in poco più di 300 agenzie ippiche attive nel Paese - erano consentiti solo concorsi a pronostico come Totocalcio e Totogol, Totip ed Enalotto, oltre allo storico gioco del Lotto e alle lotterie tradizionali (Lotteria Italia, Lotteria di Merano, ecc.).

A partire dal 1998 è iniziata una radicale trasformazione di questo segmento di mercato: l'introduzione delle scommesse sportive, in occasione della Coppa del Mondo in Francia, l'arrivo del Super-Enalotto e la moltiplicazione delle estrazioni del Lotto. Un'ulteriore espansione è arrivata dall'impulso alle lotterie istantanee, seguito dall'ampliamento della rete di accettazione scommesse, dall'arrivo del bingo e dalla regolamentazione delle "new slot" per arrivare, con l'uso di Internet, al poker e agli skill games online e infine alle videolotteries.

Snai ha di volta in volta migliorato e implementato la propria offerta al pubblico: la diversificazione dei prodotti in portafoglio è stata affiancata da un costante miglioramento dell'offerta tecnologica, anche per quanto riguarda la diffusione delle informazioni al pubblico. In quest'ottica sono state attivate pagine Facebook, account Twitter, sono stati migliorati gli strumenti di informazione anche grazie alle nuove "locandine telematiche" che, nei Punti Snai, hanno sostituito i supporti cartacei.

Il modello di funzionamento del settore

In Italia, giochi e scommesse costituiscono un monopolio dello Stato. 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 tutte le tipologie di gioco o scommessa multiconcessionario, autorizzate dallo Stato italiano.

> Sala controllo Teleport





LA STRATEGIA DEL GRUPPO: AMPLIARE L'OFFERTA NEL RISPETTO DEI PRINCIPI ETICI DEL GIOCO RESPONSABILE

Le linee strategiche e di sviluppo del Gruppo Snai, come previsto dal Piano Industriale 2011 – 2014 (approvato dal Consiglio di Amministrazione nella riunione del 23 marzo 2011) si concentrano essenzialmente sui seguenti punti:



IL CONTINUO SVILUPPO DEL SEGMENTO DELLE SCOMMESSE

ippiche e sportive a quota fissa nel ruolo sia di concessionario che di service provider. Snai è attualmente leader in questo segmento, si propone quindi di mantenere l'ottimo posizionamento di mercato anche in futuro



IL COMPLETAMENTO DELL'INSTALLAZIONE DI TUTTE LE VLT

per le quali Snai ha ottenuto la concessione (5.052 diritti). Si tratta del comparto che ha mostrato i più elevati ritmi di crescita e può quindi contribuire significativamente al miglioramento della redditività del Gruppo



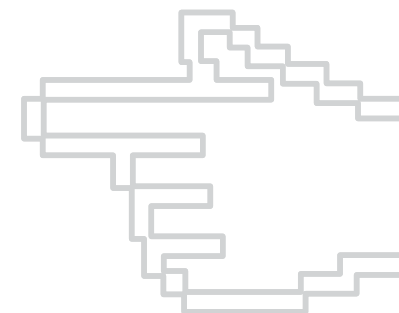
L'INCREMENTO DELL'OFFERTA ONLINE

(corse virtuali, casino games e cash games) facendo leva anche su possibili sinergie con il gioco fisico



L'INNOVAZIONE NELL'OFFERTA

nel rispetto delle regole dettate da Adm e dei principi etici del gioco responsabile



TRA GLI OBIETTIVI DI SNAI VI È ANCHE QUELLO DI OFFRIRE NUOVI SERVIZI DI ACCOGLIENZA PER IL PUBBLICO DEGLI IPODROMI, IN PARTICOLARE PER L'IMPIANTO DEL GALOPPO DI MILANO.

LA PIÙ AMPIA RETE DI VENDITA IN ITALIA

FaiConMe e My.Self SONO I TERMINALI SELF SERVICE PRESENTI NEI PUNTI SNAI

Snai è uno dei principali player nel mercato italiano dei giochi e delle scommesse ed è presente sul territorio italiano con due reti, una “fisica” e una online.

La prima è **la più ampia e completa rete di accettazione di scommesse in Italia**, dotata delle migliori soluzioni tecnologiche anche per quanto riguarda la diffusione delle notizie e delle informazioni utili agli scommettitori. E' composta da 2.912 punti vendita di cui 2.350 con concessione di gioco diretta della Società e 562 con fornitura di servizi specializzati ai Concessionari terzi, clienti della Società.

I Punti Snai sono negozi specializzati e deputati esclusivamente all'accettazione di scommesse su ippica e sport, **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, con le scommesse dettate agli operatori specializzati, si stanno sempre più diffondendo nei Punti

2.912

PUNTI
E CORNER
SNAI

2.350

PUNTI
CON CONCESSIONE
DI GIOCO
DIRETTA

562

PUNTI CON SERVIZI
SPECIALIZZATI
AI CLIENTI
CONCESSIONARI

Snai i terminali di self service: il “FaiConMe” (nella nuova versione con l'accettatore di banconote e monete) e il più recente “My.Self”.

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 real time.

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, casino e skill games, slot online, bingo. 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 casino è disponibile l'app SnaiRoulette.



› Banco accettazione scommesse in un Punto Snai



DIVERSIFICAZIONE E INNOVAZIONE LA CHIAVE DELL'OFFERTA

Scommesse sportive e ippiche

Nel 2012, nonostante la sempre maggior concorrenza da parte di operatori autorizzati, Snai ha mantenuto la propria leadership nel segmento scommesse, registrando quote di mercato pari al 31,7% nel segmento dello sport e al 54,5% nel gioco sulle corse dei cavalli.

Le scommesse sportive hanno registrato un incremento pari 2,37%, grazie soprattutto a un payout (percentuale di restituzione in vincite rispetto a quanto giocato) superiore alla media degli ultimi anni, mentre le scommesse ippiche sono diminuite in modo significativo (-27,5%) sia per il perdurare della crisi del settore, sia per una disaffezione da parte degli scommettitori da attribuire a un payout molto basso rispetto ad altri giochi e scommesse, dovuto a un prelievo fiscale sulle giocate particolarmente elevato (in media, 28,9%).

Scommesse sull'ippica "Nazionale"

Si tratta delle giocate su scommesse vincenti, accoppiata, Tris, Quarté e Quinté, giocabili nei Punti Snai, nei corner e negli ippodromi: la raccolta si è attestata a 140 milioni di euro, con una diminuzione del 21,3% rispetto all'anno precedente ma con un aumento della quota di mercato al 47,2%. Anche in questo caso la diminuzione nella raccolta va riferita a un allontanamento degli scommettitori, che preferiscono sempre più proposte alternative e non gravate da un prelievo fiscale che porta le vincite a meno del 70% della raccolta. A ciò si aggiunge un sempre più ridotto appeal per questo tipo di gioco, a causa di un mancato rinnovamento e di una concreta capacità informativa da parte dei canali tv satellitari dedicati all'ippica: in entrambi i casi si tratta di mancati interventi da parte dell'Assi, l'Ente preposto alla gestione del comparto

ippico italiano, ora soppresso e le cui funzioni sono state trasferite al Ministero per le Politiche Agricole e Forestali e all'Agenzia delle dogane e dei monopoli.

Prima la trasformazione da Unire ad Assi, poi le procedure di soppressione e incorporamento, hanno generato una sorta di "stasi" del settore che ha aggravato il già serio stato di crisi dell'intero comparto, impedendo almeno per ora ogni ipotesi di rilancio.

Scommesse su eventi diversi

La normativa italiana intende per "scommesse su eventi diversi dalle corse dei cavalli" il gioco su eventi di discipline motoristiche (Formula 1, Motomondiale, Superbike) e su eventi di altro tipo, quali l'elezione di Miss Italia, l'assegnazione dei premi Oscar, il Festival di Sanremo, i reality show televisivi, ecc. In questo segmento la raccolta Snai per il 2012 ha registrato una leggera contrazione, unicamente fisiologica e dovuta a un mancato rinnovo degli eventi inseriti nel palinsesto Adm.

Apparecchi da intrattenimento

Nello 2012 Snai ha terminato positivamente le procedure di collaudo relative all'affidamento da parte di Adm della nuova concessione per la realizzazione e conduzione operativa della rete per la gestione telematica del gioco lecito, mediante apparecchi da divertimento e intrattenimento previsti dall'articolo 110, comma 6, del T.U.L.P.S. Il 20 marzo, Snai ha sottoscritto la convenzione di concessione, e ha quindi proseguito nell'offerta di gioco con apparecchi Awp (Amusement With Prize) e Vlt (Video Lottery Terminal).



› Terminale self service "Fai con Me"



Gli apparati new slot permettono di raggiungere un pubblico ampio e trasversale, grazie al fatto di poter essere attivati anche al di fuori di Punti e Corner, in locali quali bar, tabaccherie, ricevitorie e in generale in esercizi pubblici. Per le video lottery sono invece richiesti, in base alle normative in vigore, locali dedicati o comunque autorizzati, a ingresso controllato e vietato ai minori. Le Vlt possono quindi essere installate presso agenzie di scommesse, sale bingo, sale esclusivamente dedicate a questi apparecchi, oppure in sale giochi con la possibilità di allestire aree separate.

Le due offerte sono complementari: le Awp consentono infatti vincite sino a 50 o 100 euro, non sono connesse in rete, possono essere attivate in un qualunque esercizio pubblico. Le Vlt invece, grazie alla formula del jackpot di sala o nazionale (quest'ultimo può arrivare sino a 500.000 euro), si rivolgono a un pubblico più specifico e selezionato.

SNAI HA ATTIVE CIRCA 30.000 NEW SLOT. IN OLTRE 9.000 ESERCIZI PUBBLICI. MENTRE PER QUANTO RIGUARDA LE VIDEO LOTTERY LA SOCIETÀ DETIENE 5.052 DIRITTI PER L'ESERCIZIO. TUTTI I TERMINALI UTILIZZATI SONO REPERITI DA FORNITORI QUALIFICATI E NEL RISPETTO DEI CRITERI SOCIALI E AMBIENTALI.

Al termine del 2012, grazie al "sistema di gioco" Spielo erano attive circa 3.000 videolottery in circa 800 locali.

Per quanto riguarda i ricavi, new slot e Vlt, al 31 dicembre 2012, hanno registrato una raccolta pari a 2.837 milioni di euro, contro 2.358 milioni di euro dello scorso esercizio. Sul dato, per quanto positivo, ha logicamente influito la problematica relativa alla piattaforma Barcrest¹ nell'aprile del 2012.

¹ Sulla questione Barcrest si veda il paragrafo 2.7 "Contenzioso".

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.

Nel 2012 Snai ha visto aumentare la propria quota di mercato in tutti i segmenti coinvolti nell'offerta online: poker e skill games, casinò games, betting. Questo risultato è stato ottenuto grazie a una crescita dei giocatori coinvolti nel portale www.snai.it, e grazie all'introduzione di due nuove applicazioni per smartphone e tablet, dedicate rispettivamente a betting sportivo e roulette online. Lanciata nell'agosto del 2012, l'app ha registrato circa 200.000 download nei mesi successivi.

Nel dicembre dello scorso anno l'offerta digital è stata integrata dalle slot online, un prodotto per il quale, per la prima volta, sono state avviate attività di keyword advertising su Internet, con ottimi risultati in termini di riscontro, tanto che le slot online Snai hanno raggiunto in breve una quota di mercato superiore al 10%.

La raccolta di gioco per le scommesse sportive online è cresciuta dell'11%, un valore superiore rispetto al mercato nazionale (+9,7%), mentre i digital games hanno visto una crescita del 71,6% e un corrispondente aumento del 12% nella spesa netta dei giocatori.

Scommesse su eventi virtuali

È previsto che nel corso del 2013 siano introdotte le cosiddette "scommesse su eventi virtuali": si tratta di scommesse giocate su eventi sportivi (calcio, ippica, tennis, corse di levrieri) realizzati tramite software di simulazione che mostrano su appositi monitor lo svolgersi di questi eventi, come partite di calcio o corse di cani. Per questi eventi saranno cal-



Le applicazioni per smartphone Snai Sport e Snai Ippica

colate quote in forma automatizzata dallo stesso software, con criteri che rimarranno il più possibile aderenti alla realtà: per esempio, nel caso di un'ipotetica scommessa virtuale su Italia - Brasile, le quote saranno calcolate sulla base dei potenziali tecnici, atletici e agonistici dei "veri" calciatori solitamente convocati nelle due nazionali.

Le scommesse su eventi virtuali andranno a integrare l'offerta complessiva di Snai rispondendo a una ben precisa richiesta dei clienti, che spesso chiedono di poter affiancare scommesse "veloci" (un evento virtuale non dura più di cinque minuti) al gioco tradizionale, effettuato su eventi reali.

La nuova modalità di scommessa sarà attuata, come di consueto, solo dopo aver ottenuto le previste certificazioni da parte di Adm che comprendono, tra l'altro, anche un severo e prolungato collaudo dei software.



GLI IPPODROMI

Crisi ippica e gestione ippodromi

Nel corso del 2012 è proseguita, aggravandosi, la crisi degli ultimi anni del settore ippico: a una contrazione nella raccolta delle scommesse si sono aggiunte problematiche collegate all'ormai ex-Assi, l'ente ippico ora confluito nel Ministero per le Politiche agricole, alimentari e forestali, in particolare per quanto riguarda i sempre più elevati ritardi nel pagamento delle spettanze a operatori e società di corse.

Questa situazione ha raggiunto, in molti casi, il punto di non sostenibilità, tanto da costringere alla chiusura di diversi ippodromi come quelli di Roma trotto, Napoli, Firenze, Padova, Livorno e, purtroppo, anche gli ippodromi del trotto di San Siro e Montecatini Terme, questi ultimi due di proprietà di Snai Spa.

L'azienda ha messo in atto ogni sforzo per evitare o almeno rinviare il più possibile lo stop all'attività dei due impianti. Una volta presa la decisione più difficile, sono stati messi in atto, di concerto con le istituzioni regionali, tutti i possibili ammortizzatori sociali per limitare le situazioni di difficoltà per il personale, anche ricollocando parte della forza lavoro verso altri incarichi. E' il caso di figure prima assegnate a funzioni amministrative, che hanno accettato un cambio di mansioni, passando a operare presso il Punto Snai attivo all'interno dell'ippodromo del galoppo di Milano.

Snai ha più volte ribadito la propria volontà di proseguire nella gestione e nella valorizzazione dell'ippica: San Siro galoppo ha proseguito la sua attività, con il solo stop previsto per la pausa invernale, riprendendo le corse nella primavera del 2013. Inoltre, nell'estate del 2013, grazie a significative sinergie attuate con l'amministrazione comunale di Montecatini Terme, è stato possibile riaprire per la stagione estiva l'ippodromo del trotto Sesana.

Gli ippodromi di proprietà

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

L'impianto del trotto di Montecatini è stato oggetto di interventi di ristrutturazione e riqualificazione della capacità ricettiva e funzionale, compreso il miglioramento delle piste, con l'obiettivo di garantire i massimi livelli tecnici e qualitativi sia nei confronti dei cavalli, driver, allenatori e proprietari, sia nei confronti del pubblico.

La tabella seguente mostra le principali caratteristiche di ogni struttura.

> L'ingresso dell'ippodromo del galoppo di Milano



3. LA NOSTRA ATTIVITÀ

Ippodromi	Udm	GALOPPO San Siro	Centro Allenamento GALOPPO	TROTTO San Siro*	Centro Allenamento TROTTO*	TROTTO Montecatini
area ippodromo	m ²	597.354	754.062	130.865	18.323	152.142
piste da corsa	ml-m ²	2.805 ml -178.000 m ²		1.000 ml -24.000 m ²		805,30 ml -16.941 m ²
pista allenamento interna	ml		pista Trenno 2.503 pista Maura 1.680	867		588,87
tondini da allenamento**	m ²	3.130 - nr 4	6.401 - nr 5	6.835-nr 3		675 - nr 1
tribune e parterre	nr persone	Tribuna Peso 808 Tribuna Principale 2.408 Tribunetta scoperta artieri ippici 50 Tribunetta 2° traguardo 150 Tribunetta 3° traguardo 150 Parterre 6.434		Tribune posti a sedere 2.120 Posti in piede e parterre 288		Tribuna posti a sedere 1.620 Posti in piede e parterre 7.980
box per cavalli	nr	304	694	305	280	474
parcheggi	nr posti auto	1.243	465	631		1.039

* Attualmente non in uso

** I tondini da allenamento per cavalli sono recinti coperti dove i cavalli si possono allenare in caso di maltempo





L'impianto dell'ippodromo del galoppo di Milano

L'ippodromo del galoppo di Milano vanta una tra le migliori piste d'Europa ed è stato sottoposto a un'opera di ristrutturazione che l'ha dotato, tra l'altro, di un moderno impianto d'illuminazione per le corse in notturna.

Inoltre, è l'unico al mondo ad aver ottenuto il riconoscimento di "monumento di interesse nazionale", in quanto esempio dell'architettura liberty in Italia.

Snai e Trenno hanno attuato negli ultimi anni importanti interventi di restauro e riqualificazione, soprattutto per le parti di maggior valore storico, come la Palazzina del Peso e la Tribuna Proprietari.

Ogni anno qui si svolgono 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.

Tutte le strutture sono utilizzate per organizzare eventi non direttamente collegati all'ippica, come ad esempio "Taste of Milano" e una rassegna di concerti durante il periodo estivo.

In una città come Milano, dove grandi parchi e aree verdi scarseggiano, **l'ippodromo rappresenta un "polmone verde" che va valorizzato e su cui il Gruppo Snai intende investire anche nel 2013, migliorando gli impianti, per incrementare la fruibilità e l'accesso al pubblico.**

Secondo i progetti di sviluppo della società, gli ippodromi devono divenire infatti spazi di aggregazione in grado di fornire una vasta offerta di servizi che comprende diverse opportunità di intrattenimento e che permetta al pubblico di "vivere" gli ippodromi tutti i giorni dell'anno.

Questa nuova visione, inoltre, risulta di ulteriore incentivo per **avvicinare nuovo pubblico allo spettacolo ippico e alle corse dei cavalli.**



› Il cortile dell'insellaggio, all'interno dell'ippodromo del galoppo di Milano





IL CLIENTE AL CENTRO

Il gioco responsabile

**La tutela del giocatore
al centro dell'attività di
Snai**

**Il profilo del nostro
cliente**

**Dialogo continuo con
i clienti per un'offerta
sempre migliore**

**La promozione di
ricerche e studi per la
prevenzione del gioco
compulsivo**

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.

Nel corso del 2012, la spesa effettiva degli italiani in giochi e scommesse è risultata pari a circa 17,1 miliardi di euro, contro i 17,6 miliardi di euro spesi nel 2011¹.

In un contesto di costante sviluppo dell'offerta complessiva e di maggiore capillarità della distribuzione, fondamentale per offrire una proposta di gioco varia e articolata, destinata a soddisfare le esigenze del grande pubblico dei giocatori, si sono presentati casi di persone che invece di vivere il gioco con un approccio ludico e positivo, non riescono a controllarsi e rischiano di rimanerne vittime.

Anche se il numero di giocatori problematici o compulsivi non è ancora esattamente valutato in modo scientifico, la percezione del grande pubblico – anche per effetto di campagne mediatiche e di stampa – è che si tratti di un problema sempre più diffuso.

¹ Dati riferiti da Giuseppe Peleggi, direttore generale dell'Agenzia delle dogane e dei monopoli, in occasione di un'audizione presso la VI Commissione Finanze della Camera dei Deputati, il 6 giugno 2013.

Snai per questo ha da tempo avviato collaborazioni con istituzioni scientifiche e universitarie per approfondire la conoscenza del fenomeno e si è da subito 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.

Quale contributo a una sana riflessione da parte del giocatore, per prevenire e contrastare ogni possibile "perdita" di consapevolezza, Snai ha realizzato il brand **"Gioca per vincere – Non ti perdere"**, che invita il giocatore a un atteggiamento cosciente e consapevole, per scoraggiare le spinte irrazionali e compulsive che portano alla patologia. **"Gioca per vincere" sostiene le motivazioni ludiche, ricreative, positive dell'atto di giocare, invita al divertimento e alla socializzazione.** Vuole infondere nei giocatori la consapevolezza della necessità di mantenere sempre l'autocontrollo nell'atto di giocare.

Il concept espresso nel claim "Gioca per vincere – Non ti perdere", graficamente visualizzato in un bersaglio, è quindi un vero e proprio obiettivo: **i colori (rosso, bianco, nero) sono quelli tipici dei segnali di pericolo, per ricordare la necessità di mantenere sempre alta l'attenzione, di saper riconoscere il momento in cui è necessario fermarsi per non andare oltre le proprie possibilità.**

Il marchio "Gioca per vincere – Non ti perdere" è presente in tutti i Punti e Corner Snai, sul sito www.snai.it e su tutta la comunicazione istituzionale di Snai.



Nell'ambito di "Gioca per vincere – Non ti perdere", Snai ha avviato diverse iniziative:

- **Limiti di gioco:** sul sito internet di Snai i titolari di Snai Card possono impostare massimali di gioco per ogni giorno, per singola giocata, importo massimo giornaliero di ricarica del conto gioco.
- **Autoesclusione:** ai giocatori è data facoltà di autoescludersi dal gioco per un determinato periodo di tempo, disabilitando la propria Snai Card in modo temporaneo o permanente.
- **Divieto per i minori di 18 anni:** ai minorenni è impedita l'apertura di un conto gioco, ed è vietato l'ingresso nei Punti Snai.
- **Regole responsabili:** sempre sul sito internet sono riportate le "regole" che devono essere fatte proprie dal giocatore perché il gioco rimanga sempre in una dimensione ludica.
- **Supporto:** il sito Snai riporta i numeri di telefono e i servizi utili di riferimento per chi è consapevole di avere bisogno di un supporto per affrontare ludopatie.
- **Gioco protetto e sicuro:** i giocatori hanno a disposizione consigli utili per prevenire e impedire l'uso improprio del proprio conto gioco e della Snai Card.
- **Logo "Gioca per vincere – Non ti perdere":** esposto in tutti i Punti e Corner Snai, è anche pubblicato sul sito internet, su tutta la comunicazione e sui materiali da gioco rivolti al consumatore finale.

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.

LA TUTELA DEL GIOCATORE AL CENTRO DELL'ATTIVITÀ DI SNAI

Fin dallo scorso anno, **Snai 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.

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

Snai 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. Gli operatori hanno l'obbligo di esporre, in tutti i punti gioco e su tutti i siti Internet deputati al gaming, precise informative rivolte al pubblico circa i rischi da compulsività nel gioco, oltre a indicare le probabilità di vincita per ogni prodotto offerto sul mercato.

**TUTTI I GIOCHI
CON VINCITA IN DENARO
SONO RISERVATI
AI MAGGIORENNI E
SNAI LO RICORDA
IN OGNI OCCASIONE.
GRAZIE AL LOGO +18.**

La legge Balduzzi impone inoltre il divieto di pubblicità per giochi e scommesse su stampa, radio, televisione, Internet o in occasione di rappresentazioni cinematografiche e teatrali, che siano rivolte ai minori, con divieto esteso ai trenta minuti precedenti e successivi alla trasmissione o diffusione radio-televisiva o cinematografica.

Sono inoltre del tutto vietate le forme pubblicitarie che contengano incitamento al gioco, presenza di minori, assenza di formule di avvertimento sul rischio di dipendenza nella pratica del gioco. Queste formule devono essere riportate anche sulla comunicazione posta all'interno dei punti gioco, nelle home page dei siti Internet, sulle schedine e sui ticket di scommessa.

IN TUTTI I PUNTI E CORNER SNAI, SUL SITO INTERNET, SU TUTTI I TICKET SCOMMESSA O RICEVUTE DI GIOCO, E INFINE IN TUTTA LA COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA, SONO PRESENTI AVVISI RELATIVI AI RISCHI DI COMPULSIVITÀ DERIVANTI DAL GIOCO NON CONSAPEVOLE.

Sempre per una maggiore tutela dei propri clienti, **Snai 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, e garantire un gioco responsabile, tutelando in particolare minori e fasce deboli e sensibili a fenomeni quali il gioco problematico"**.





Soluzioni rapide nella gestione dei reclami

Snai S.p.A. ha elaborato procedure per la gestione dei reclami formalizzate e condivise, tese a incoraggiare la soluzione rapida dei problemi e la responsabilizzazione del proprio personale nella gestione dei reclami stessi che possono provenire a qualsiasi titolo dai Clienti.

Snai SpA ha messo a disposizione un Help Desk attraverso una propria struttura dedicata e specializzata, "Festa srl", interlocutore di primo livello per le segnalazioni inbound dal cliente a Snai. Le segnalazioni dei clienti sono recepite dall'Help Desk che garantisce l'analisi specialistica di 1° e 2° livello, per la risoluzione dei problemi di natura informativa, amministrativa e problematiche tecniche. L'Help Desk è dotato di apposita piattaforma gestionale per la gestione dei ticket ed è sempre l'Help Desk che valuta se sia possibile risolvere direttamente il problema o se sia necessario, attivare i livelli superiori coinvolgendo gli specialisti delle specifiche aree. Qualora la richiesta di intervento necessiti di analisi specialistica per la risoluzione, l'Help Desk assegna la stessa alle strutture interessate in Snai S.p.a.

Altri canali per la ricezione nonché gestione delle segnalazione e di eventuali reclami sono la posta, il portale Snai partner e la posta elettronica. Ciascuna Area/Settore provvede alla gestione dei reclami di propria competenza avendo cura, come previsto, di fissare e monitorare i tempi per l'accoglimento, la risposta e l'informazione sulle iniziative intraprese per risolvere il problema.



Qualora non sia stato possibile, per le strutture sopra indicate, gestire compiutamente e nel rispetto dei termini contrattuali le segnalazioni pervenute, verrà richiesto l'intervento della Direzione Affari Legali Societari e Generali. La Direzione è incaricata di gestire le segnalazioni dei clienti e le richieste degli organismi esterni qualora sia necessario predisporre una risposta ufficiale al reclamo pervenuto nonché di attivare, nel caso, il processo per la risoluzione del contratto stesso.

- › L'interno di un Punto Snai: il pubblico può seguire gli eventi sportivi e le corse ippiche su monitor dedicati

IL PROFILO DEL NOSTRO CLIENTE

Snai monitora, con cadenza trimestrale, il profilo del giocatore in Italia e la sua evoluzione.

La dinamica del 2012, che emerge da un'indagine Gfk Eurisko del luglio 2012, mostra che il Gratta e Vinci, rimane uno dei giochi preferiti dagli italiani, con 12,5 milioni di giocatori che hanno giocato almeno una volta nel corso dell'anno.

Il gioco si conferma un fenomeno diffuso, che interessa il 40,5% della popolazione maggiorenne, quasi un individuo su due della popolazione italiana.

Di questi, il 20% si definisce giocatore abituale, con una frequenza di gioco di almeno una volta alla settimana.

I GIOCATORI NEGLI ULTIMI 3 MESI

Base: popolazione adulta 18 anni e oltre
Edizione 2012/1 (9.565 casi) – 48.115.000 persone

Fonte: Snai GfK Eurisko - 2012

Numero di giocatori Anno 2011		Anno 2011	Maggio 2011	Novembre 2011
19.510.000	Almeno 1 giocata nei tre mesi	40,5	39,9	41,2
12.507.000	Gratta e vinci	26,0	25,9	26,1
10.645.000	Superenalotto	22,1	22,6	21,7
3.929.000	Superstar Superenalotto	8,1	8,4	7,9
1.712.000	Si vince tutto Superenalotto	3,6	3,2	▲ 3,9
6.400.000	Lotto	13,3	13,2	13,4
1.324.000	10 E Lotto	2,8	2,9	2,6
2.945.000	Win For Life	6,1	6,8	▼ 5,4
2.360.000	Lotterie nazionali	4,9	2,2	▲ 7,6
2.047.000	Totocalcio	4,3	4,0	▲ 4,5
1.901.000	Scommesse sportive	4,0	3,6	▲ 4,3
665.000	Totogol	1,4	1,3	1,5
639.000	Slot machine,...	1,3	1,4	1,3
597.000	Bingo	1,2	1,0	1,5
380.000	Scommesse sportive on line	0,8	0,7	0,9
346.000	Poker on line	0,7	0,7	0,7
178.000	Giochi sui cavalli	0,4	0,3	0,4
171.000	Scommesse sui cavalli	0,4	0,3	0,4
147.000	Big Match/Big Race	0,3	0,3	0,3



Osservando però il dato di trend si nota come, rispetto agli anni precedenti, vi sia stata una non marginale contrazione, sia del numero di persone che ha giocato almeno una volta negli ultimi tre mesi a un qualsiasi gioco sia a tutti i principali giochi.

TREND DEI GIOCATORI NEGLI ULTIMI 3 MESI

Base: popolazione adulta 18 anni e oltre

Edizioni 2009/1 vs. 2012/1

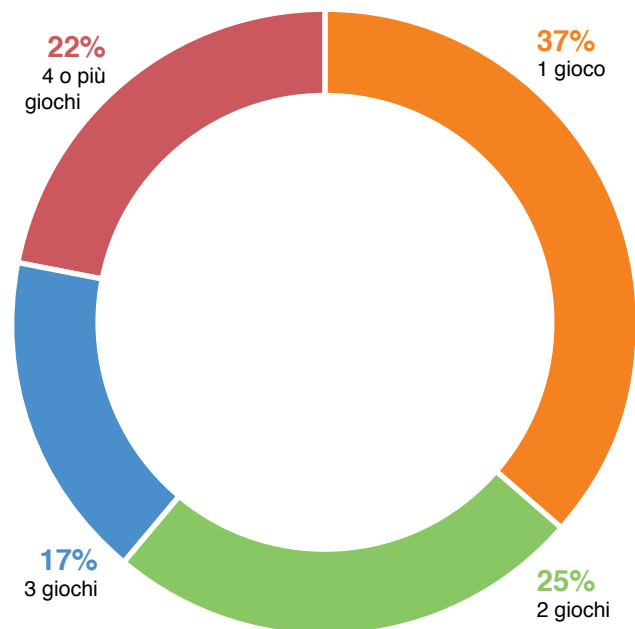
Fonte: Snai GfK Eurisko - 2012

	2008	2009	2010	2011	Maggio 2011	Novembre 2011
Almeno 1 giocata nei tre mesi	41,9	43,4	43,6	▼ 40,5	39,9	41,2
Gratta e vinci	25,5	26,0	28,0	▼ 26,0	25,9	26,1
Superenalotto	23,6	26,0	24,7	▼ 22,1	22,6	21,7
Superstar Superenalotto	6,9	9,3	9,7	▼ 8,1	8,4	7,9
Si vince tutto Superenalotto	n.r.	n.r.	n.r.	3,6	3,2	▲ 3,9
Lotto	18,9	17,1	15,3	▼ 13,3	13,2	13,4
10 E Lotto	n.r.	2,8	2,8	2,8	2,9	2,6
Win For Life	n.r.	12,3	9,0	▼ 6,1	6,8	▼ 5,4
Lotterie nazionali	5,6	4,8	5,0	4,9	2,2	▲ 7,6
Totocalcio	6,6	5,7	5,2	▼ 4,3	4,0	4,5
Scommesse sportive	3,7	3,9	4,1	4,0	3,6	▲ 4,3
Totogol	1,8	1,7	1,5	1,4	1,3	1,5
Slot machine,...	1,0	1,3	1,4	1,3	1,4	1,3
Bingo	1,1	1,2	1,3	1,2	1,0	▲ 1,5
Scommesse sportive on line	n.r.	0,8	0,8	0,8	0,7	0,9
Poker on line	n.r.	0,9	0,9	0,7	0,7	0,7
Giochi sui cavalli	0,6	0,4	0,7	▼ 0,4	0,3	0,4
Scommesse sui cavalli	0,4	0,4	0,6	0,4	0,3	0,4
Big Match/Big Race	0,3	0,3	0,4	0,3	0,3	0,3

La graduatoria delle preferenze per i singoli giochi risultano stabili: il **Gratta e vinci** si conferma il più praticato, seguito da **Superenalotto**, **Lotto**, **Superstar Superenalotto**, **Win for Life**, **Lotterie nazionali**. Gli altri giochi risultano più segmentati, con quote sul totale della popolazione maggiorenne inferiori al 5%.



NUMERO DI GIOCHI GIOCATI



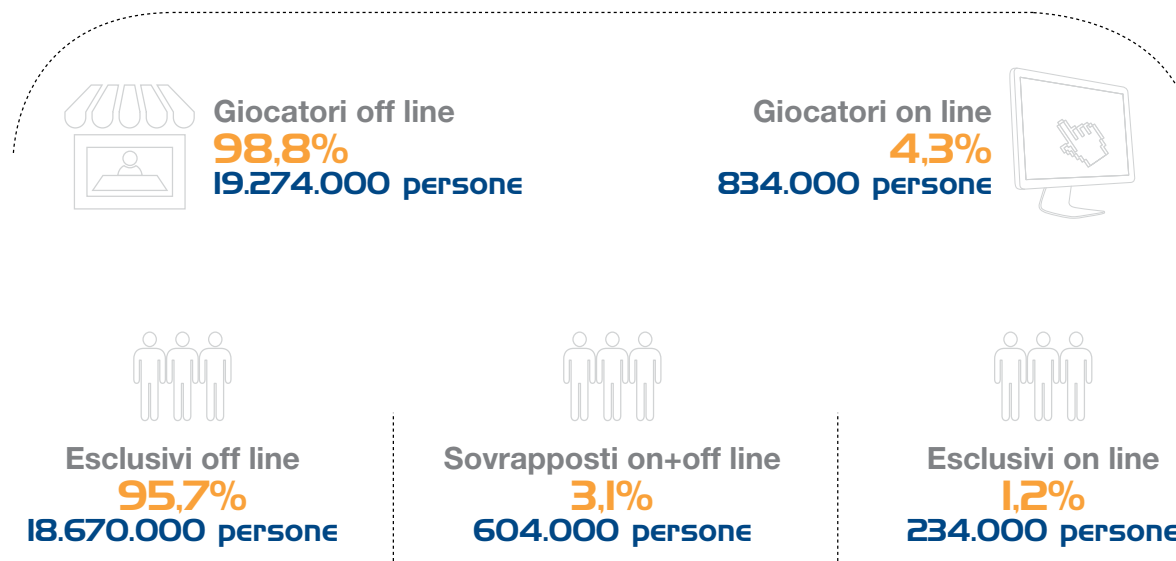
Tra i giocatori nei tre mesi:
 il 37% gioca ad un solo gioco,
 il 25% a due giochi,
 il 17% a tre giochi e
 il 22% a quattro o più giochi.

Per quanto riguarda il confronto tra i giocatori offline e online, si nota come il fenomeno dell'online risulti ancora di "nicchia", riguardando solo il 4,3% del totale dei giocatori, dei quali solo una minima percentuale (l'1,2%) è esclusivista dell'online.

GIOCHI OFF LINE E ON LINE (NEI 3 MESI)

Fonte: GfK Eurisko - 2012

TOTALE GIOCATORI 19.510.000 - 100%





Per quanto riguarda la distribuzione per area geografica, non vi sono particolari evidenze, pur essendo leggermente superiore la concentrazione nel centro e sud Italia.

PROFILO DEI CLUSTER DEI GIOCATORI NEI 3 MESI

Analisi per Aree geografiche ed Ampiezza centri

Base: popolazione adulta 18 anni e oltre

Edizione 2012/1 (9.565 casi)

Fonte: Snai GFK Eurisko - 2012

Indici di concentrazione su totale popolazione

	Totale pop. 18 anni e più	Giocatori nei 3 mesi	Convivialità e divertimento	Eccitazione del "provarci"	Sfida per cambiare vita	Quando capita, d'impulso	Competenza e abilità	Facilità e divertimento	Reiterazione e abitudine	Tradizione e compagnia
Esplosione all'universo	48.114.817	19.510.431	2.250.011	1.193.850	3.558.385	4.362.429	999.726	3.149.370	1.905.727	1.587.883
Aree geografiche										
Nord Ovest	26,9	86	93	92	80	106	57	75	72	84
Nord Est	19,3	97	77	89	88	107	116	89	105	118
Centro	19,9	108	102	127	111	107	137	101	110	91
Sud e isole	33,9	108	117	97	116	87	103	126	114	107
Ampiezza centri 4 passi										
Fino a 10.000 abitanti	30,9	89	76	78	110	87	102	73	99	93
10.000/100.000 abitanti	45,7	98	102	101	96	94	95	104	88	105
100.000/500.000 abitanti	11,4	115	118	90	102	135	75	121	147	87
oltre 500.000 abitanti	12,0	121	138	162	87	121	138	136	102	110

I giocatori sono prevalentemente uomini, di età compresa fra i 35 e i 64 anni. Le motivazioni al gioco sono tipicamente di divertimento e partecipazione con il gusto di "provarci".

PROFILO DEI CLUSTER DEI GIOCATORI NEI 3 MESI

Analisi per Sesso ed Età

Base: popolazione adulta 18 anni e oltre

Edizione 2012/1 (9.565 casi)

Fonte: Snai GFK Eurisko - 2012

Indici di concentrazione su totale popolazione

	Totale pop. 18 anni e più	Giocatori nei 3 mesi	Convivialità e divertimento	Eccitazione del "provarci"	Sfida per cambiare vita	Quando capita, d'impulso	Competenza e abilità	Facilità e divertimento	Reiterazione e abitudine	Tradizione e compagnia
Esplosione all'universo	48.114.817	19.510.431	2.250.011	1.193.850	3.558.385	4.362.429	999.726	3.149.370	1.905.727	1.587.883
Sesso intervistato										
Maschio	47,9	116	160	122	203	85	145	4	188	56
Femmina	52,1	85	45	80	5	114	58	189	19	140
Età (7 passi)										
18/24 anni	8,7	91	141	130	124	75	105	50	66	26
25/34 anni	15,2	98	114	139	99	158	63	73	20	34
35/44 anni	19,4	113	107	111	124	161	153	104	45	36
45/54 anni	17,5	110	107	117	143	139	136	104	24	58
55/64 anni	14,8	111	78	103	95	81	100	158	166	146
oltre 64 anni	24,4	80	79	42	45	7	53	94	219	220





› Dettaglio
del terminale self service
Fai con Me

I giocatori sono distribuiti
tra le varie fasce della popolazione.

PROFILO DEI CLUSTER DEI GIOCATORI NEI 3 MESI

Analisi per Titolo di studio, Reddito e Status

Base: popolazione adulta 18 anni e oltre

Edizione 2012/1 (9.565 casi)

Fonte: Snai GfK Eurisko - 2012

Indici di concentrazione su totale popolazione

	Totale pop. 18 anni e più	Giocatori nei 3 mesi	Convivialità e divertimento	Eccitazione del "provarci"	Sfida per cambiare vita	Quando capita, d'impulso	Competenza e abilità	Facilità e divertimento	Reiterazione e abitudine	Tradizione e compagnia
Esplorazione all'universo	48.114.817	19.510.431	2.250.011	1.193.850	3.558.385	4.362.429	999.726	3.149.370	1.905.727	1.587.883
Titolo di studio										
Elementare	23,2	87	57	70	60	12	57	128	185	245
Media inferiore	35,7	113	120	120	154	74	127	123	110	86
Media superiore	30,5	103	108	113	94	169	117	75	50	33
Laurea	10,6	75	105	60	23	184	54	35	23	21
Reddito riclassificato (5 passi)										
Basso	9,9	106	71	135	120	88	41	153	124	92
Medio basso	23,6	100	100	96	118	71	118	104	108	112
Medio	39,4	101	100	108	103	95	94	99	103	114
Medio alto	17,9	99	96	73	89	123	112	88	97	85
Alto	9,3	92	137	91	44	163	120	61	47	48
Status										
Basso	29,0	105	91	130	114	64	71	128	140	141
Medio	56,0	99	100	89	98	108	117	92	89	91
Alto	15,0	95	115	83	83	141	93	76	64	53



Anche le professioni sono ampiamente presenti nel segmento dei giocatori.

PROFILO DEI CLUSTER DEI GIOCATORI NEI 3 MESI

Analisi per Professione

Base: popolazione adulta 18 anni e oltre

Edizione 2012/1 (9.565 casi)

Fonte: Snai GfK Eurisko - 2012

Indici di concentrazione su totale popolazione

	Totale pop. 18 anni e più	Giocatori nei 3 mesi	Convivialità e divertimento	Eccitazione del "provarci"	Sfida per cambiare vita	Quando capita, d'impulso	Competenza e abilità	Facilità e divertimento	Reiterazione e abitudine	Tradizione e compagnia
Esplorazione all'universo	48.114.817	19.510.431	2.250.011	1.193.850	3.558.385	4.362.429	999.726	3.149.370	1.905.727	1.587.883
Intervistato lavora										
No	53,0	90	83	80	43	48	56	144	160	159
Si	47,0	111	119	123	164	159	149	50	33	34
Professione intervistato										
Imprenditore/libero profession.	3,0	108	111	107	182	158	92	47	18	45
Artigiano/commerciante	8,1	119	125	158	199	132	200	65	44	23
Dirigente/quadro	3,3	109	105	13	92	292	58	7	28	18
Impiegato/insegnante	15,5	104	109	79	72	218	160	54	33	38
Operaio	16,8	116	129	166	243	95	145	49	30	34
Casalinga	16,4	87	13	63	4	45	59	313	9	179
Studente	5,2	75	130	100	86	80	89	57	12	21
Pensionato	22,7	90	99	52	49	19	48	66	312	211
Non occupato	9,1	104	147	178	83	108	51	80	127	68

In media un giocatore investe nel gioco circa 700 euro all'anno.

PROFILO DEI GIOCATORI NEI 3 MESI

Analisi per spesa annua dichiarata

Base: popolazione adulta 18 anni e oltre

Edizione 2012/1 (9.565 casi)

Fonte: Snai GfK Eurisko - 2012



	Totale pop. 18 anni e più	Giocatori nei 3 mesi	1 gioco	2 giochi	3 giochi	4 giochi o più
Esplorazione all'universo	48.114.817	19.510.431	7.147.286	4.793.359	3.244.194	4.325.592
CIFRA COMPLESSIVA GIOCATA IN UN ANNO						
- FINO A 5 EURO (2.5)	3,1	107	204	100	28	15
- DA 5.10 A 10 EURO (7.55)	2,1	118	286	38	9	11
- DA 10.10 A 20 EURO (14.95)	2,4	152	305	102	79	10
- DA 20.10 A 30 EURO (24.95)	2,5	188	370	168	49	13
- DA 30.10 A 50 EURO (39.95)	3,1	198	281	226	189	36
- DA 50.10 A 100 EURO (74.95)	6,9	223	329	229	174	77
- DA 100.10 A 200 EURO (149.95)	7,1	229	197	330	244	158
- DA 200.10 A 500 EURO (349.95)	10,6	232	165	268	302	249
- DA 500.10 A 1000 EURO (749.95)	5,4	235	60	171	353	504
- OLTRE 1000 EURO (1500)	3,1	239	27	82	194	797
- NON INDICA	2,7	111	136	88	102	104
MEDIA in €	308,2	344,8	150,5	266,5	397,4	707,5

› Dettaglio del terminale self service
Fai con Me



- › Interno di un Punto Snai: in primo piano un terminale Fai con Me, sullo sfondo monitor con schemi quote e locandine telematiche

Chi sono i giocatori

Da quanto emerge dalla ricerca Eurisko, le caratteristiche dei giocatori possono essere così riassunte:

- Persone di età centrale (35-64 anni)
- La componente maschile è dominante (soprattutto se si considerano i forti giocatori, almeno una volta a settimana)
- Disponibilità complessiva di risorse media o medio-bassa
- Presenti un po' in tutta Italia, lievemente meno nel Nord-ovest
- Più localizzati nei grandi centri urbani
- Le professioni più rappresentate sono gli artigiani e gli operai
- L'esposizione ai mezzi di comunicazione riguarda soprattutto TV satellitari e quotidiani sia di informazione sia sportivi
- Internet risulta utilizzato lievemente sopra la media



DIALOGO CONTINUO CON I CLIENTI PER UNA OFFERTA SEMPRE MIGLIORE

Snai dedica costante attenzione allo studio dei desideri del consumatore, per poter sviluppare in modo sempre più adeguato un'offerta rispondente alle richieste del mercato, ma anche per elaborare politiche di gioco responsabile.

Nel corso del 2012, Astra Ricerche ha effettuato per Snai una ricerca per la quale sono stati realizzati 12 focus group in tre città, Milano, Roma e Napoli, che sono espressione di tre diverse "culture del gioco". In ogni città sono stati analizzati quattro gruppi espressione di quattro primari target attuali o potenziali di Snai:

- giocatori attuali del canale fisico di Snai
- giocatori attuali del canale fisico non Snai
- giocatori del canale virtuale (Snai e non Snai)
- giocatori potenziali: nuovi giocatori e giocatori molto sporadici.

Ogni gruppo comprendeva 8 partecipanti (5 uomini e 3 donne), bilanciati in tre fasce d'età tra i 18 e i 65 anni (18-34; 35-50; over 50) e di fascia sociale articolata (bassa/medio-bassa e medio-alta/alta).

Dall'analisi delle risposte date **emerge che Snai è percepita dal cliente – giocatore come un'azienda "storica", presente sul mercato da molti anni e pioniera per il gioco sulle corse dei cavalli e sullo sport.**

Inoltre risulta che **Snai è garanzia per il giocatore, a partire dalla sicurezza delle vincite pagate, e supera gli altri attori grazie alla sua lunga esperienza. Il brand Snai viene associato, in particolare, al concetto di "affidabilità" in modo spontaneo.**

La "storicità" di Snai è accompagnata dalla richiesta di rinnovamento rispetto ai principali competitors. Per questo motivo la società sta investendo nell'ampliamento della propria offerta e nel rinnovamento delle sale da gioco, in modo da meglio soddisfare le esigenze dei giocatori.

Lo schema seguente mostra quali sono i suggerimenti forniti dai giocatori intervistati per rendere più piacevoli i Punti Snai.

Le indicazioni raccolte vanno nella direzione di rafforzare e amplificare l'indirizzo tracciato dalle immagini proposte e si traducono primariamente in:

1

UN CONTINUO ADEGUAMENTO DELL'OFFERTA DEI GIOCHI, la possibilità di scommettere su eventi di ogni genere

2

UN AMBIENTE CHE FAVORISCA UNA PERMANENZA PIACEVOLE, (i riferimenti sono gli elementi di arredo e alla ripartizione degli spazi)

3

UN SERVIZIO DI BAR (ed eventualmente di ristorazione)

La nota è di non perdere nel cambiamento il richiamo alla storia e alla tradizione di Snai: il logo pare esserne la piena espressione, pertanto i suggerimenti sono quelli, ad esempio, di introdurre i toni del colore del logo nelle vetrate, nei pannelli che separano gli ambienti oppure negli elementi arredo



LA PROMOZIONE DI RICERCHE E STUDI PER LA PREVENZIONE DEL GIOCO COMPULSIVO

Snai partecipa a un progetto di ricerca sul gioco problematico e compulsivo sviluppato dall'Università La Sapienza di Roma, tramite il Dipartimento di comunicazione e ricerca sociale dell'ateneo.

L'obiettivo che la ricerca si pone è quello di studiare le dinamiche attraverso le quali un'attività come il gioco si può trasformare, in alcuni soggetti, in un comportamento patologico tale da provocare danni sociali ed economici. Vengono analizzati gli aspetti legati alla comunicazione, alla pubblicità e alle promozioni legate ai giochi e alle scommesse, oltre a casi specifici di patologie da gioco. Lo studio vuole comprendere il rapporto tra i diversi modelli di gioco e scommessa e la percezione dei giocatori.

I RISULTATI DI QUESTO STUDIO PERMETTERANNO DI AFFINARE E RENDERE PIÙ EFFICACI LE LINEE GUIDA NELLA COMUNICAZIONE RELATIVA AI GIOCHI E ALLE SCOMMESSE, CHE QUINDI COINVOLGE DIRETTAMENTE SNAI.



› Scommettitori consultano quote e seguono lo svolgimento di eventi sportivi





SNAI E LA RELAZIONE CON GLI STAKEHOLDER

- Stato e istituzioni
- Il personale
- Punti e Corner Snai
- Fornitori
- Comunità
- Azionisti e investitori

STATO E ISTITUZIONI

La relazione tra Snai e Adm è costante e centrale nell'attività del Gruppo, dal momento che l'ente regolatore disegna le linee guida per una dinamica e razionale evoluzione del settore, verifica costantemente la regolarità del comportamento degli operatori e contrasta i fenomeni illegali.

9,2

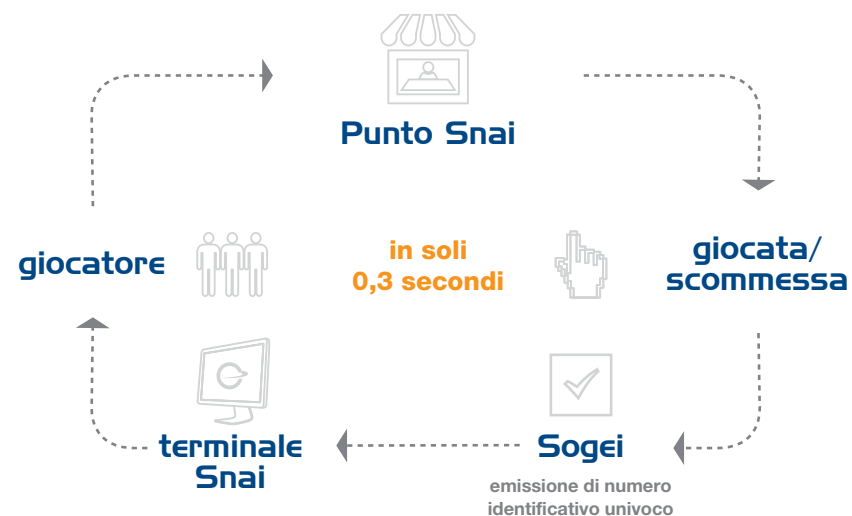
miliardi di euro

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

L'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli è stata istituita con il Decreto legge del 27 giugno 2012 n. 87, che ha stabilito come l'Amministrazione Autonoma dei Monopoli di Stato fosse assorbita appunto dalla Agenzia delle Dogane. L'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli è un ente pubblico dotato di personalità giuridica, e ha ampia autonomia regolamentare, amministrativa, patrimoniale, organizzativa, contabile e finanziaria; dipende dal Dipartimento delle Finanze, che a sua volta fa parte del Ministero dell'Economia e delle finanze.

All'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli è attribuita la completa gestione "a monte" dei giochi e delle scommesse: l'intera gamma dei giochi è infatti stabilita per legge ed attribuita a differenti concessionari che – a fronte del rispetto di numerosi e severissimi requisiti a tutela del pubblico interesse - si aggiudicano le gare pubbliche bandite dall'Adm. All'Agenzia spettano anche i compiti di 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 con-



formarsi 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 – compresi i tornei di poker online – sono collegati in tempo reale con i server di Sogei. Questo permette 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

L'orientamento del Gruppo Snai nella gestione dei rapporti con le proprie risorse umane è finalizzato alla definizione di un ambiente di lavoro sereno e imparziale, privo di pregiudizi, in cui sia garantito il rispetto di ogni persona, e dove a ogni lavoratore siano garantite opportunità di miglioramento e crescita professionale.

L'obiettivo di Snai è quello di crescere nel complesso mercato di riferimento, sia mediante lo sviluppo delle professionalità interne sia attraverso l'inserimento di spiccate e qualificate professionalità assunte esternamente. In quest'ottica, Snai ha posto nel corso del 2012 particolare attenzione a:

inserimento graduale e mirato di **RISORSE IN POSSESSO DI SPECIFICHE PROFESSIONALITÀ** per gestire al meglio il cambiamento organizzativo

inserimento, tramite stage, di **GIOVANI CON ELEVATO POTENZIALE DI SVILUPPO**, prevalentemente laureati, e il consolidamento del rapporto di lavoro per coloro che hanno terminato con successo tale percorso

esplicitazione di un vero e proprio **SET DI VALORI PER IL GRUPPO** focalizzati sulla specifica realtà organizzativa ed adeguati al nuovo corso dell'azienda

lancio di **IMPORTANTI INIZIATIVE** legate al **TEAM BUILDING** a più livelli

nuovi strumenti e programmi di valutazione delle performance volti alla **VALORIZZAZIONE DI CONOSCENZE**, competenze e spirito di innovazione per tutti i dipendenti.

Anche nel 2012 si conferma l'attenzione nel garantire a tutti i dipendenti, uomini e donne, parità di trattamento e di accesso ai diversi ruoli presenti in azienda.

Il sistema di relazioni industriali di Snai ha visto, nel 2012, azienda e organizzazioni sindacali impegnate, in modo particolare, nelle procedure di rinnovo del contratto collettivo di lavoro, con l'obiettivo di definire un sistema di regole certe e condivise per conseguire una gestione moderna e flessibile dei rapporti di lavoro.

**GARANTIRE
A TUTTI I DIPENDENTI
PARITÀ DI TRATTAMENTO
E DI ACCESSO
AI DIVERSI RUOLI
PRESENTI IN AZIENDA**



51%

personale
femminile

Composizione: Snai è un'azienda "rosa"

Al 31 dicembre 2012 la forza lavoro di Snai Spa e delle società controllate era composta da **731 unità**, di cui 20 dirigenti, 633 tra quadri ed impiegati e 78 operai.

Gli uomini sono nel complesso 358 (48,97% della forza lavoro), le donne 373 (51,03% della forza lavoro).

Dipendenti per genere	Udm	2012			2011		
		Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne
Gruppo Snai	(num)	731	358	373	707	335	372
	(%)	100%	49%	51%	100%	47%	53%

Nel 2012 sono stati stabilizzati 19 contratti a tempo determinato.

La quasi totalità del personale opera in regime di tempo indeterminato: al 31 dicembre 2012 il personale assunto a tempo determinato rappresentava soltanto lo **0,68%**, mentre il part-time si applica a 152 unità, di cui 97 in capo a Festa Srl (servizi di call center).

Dipendenti per tipologia di contratto	Udm	2012			2011			
		Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	
Gruppo Snai	Tempo indeterminato	(num)	711	342	369	692	301	391
	Tempo determinato	(num)	20	16	4	15	11	4

Dipendenti a tempo indeterminato per orario di lavoro	Udm	2012			2011			
		Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	
Gruppo Snai	Full-time	(num)	560	307	253	526	289	237
	Part-time	(num)	152	36	116	166	43	123

Nel 2012 il personale laureato è aumentato del 4,92%.

Composizione del personale per titolo di studio	Udm	2012			2011			
		Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	
Gruppo Snai	Laurea	(num)	121	55	66	83	2	3
	Diploma	(num)	490	219	271	509	55	25
	Altro	(num)	120	84	36	115	80	11

Nel 2012 il personale in entrata supera nettamente (157 unità) quello in uscita (118 unità); gli uomini rappresentano il 57,32% dei lavoratori in entrata.

Al contrario nel 2011 erano le lavoratrici, con il 55,61%, a rappresentare la maggior parte dei lavoratori in entrata.

Persone in entrata e in uscita suddivise per genere	Udm	2012		2011		
		Lavoratori in entrata	Lavoratori in uscita	Lavoratori in entrata	Lavoratori in uscita	
Gruppo Snai	di cui Uomini	(num)	90	65	95	62
	(%)	57,32%	55,08%	44,39%	56,88%	
	di cui Donne	(num)	67	53	119	47
	(%)	42,68%	44,92%	55,61%	43,12%	



+4,92%

personale laureato,
di cui il 54,5% femminile

157

personale
in entrata

+19

contratti a tempo
indeterminato

+33%

lavoratori in entrata
under 30

Per quanto riguarda l'età dei lavoratori in entrata, la fascia d'età tra i 30 e i 50 anni resta quella dominante. Da sottolineare un aumento della presenza di giovani (fino a 30 anni). **Considerando l'attuale contesto economico e gli elevati tassi di disoccupazione giovanile che interessano il nostro Paese, un aspetto sicuramente positivo è l'aumento delle assunzioni di giovani nel Gruppo Snai: i lavoratori in entrata di questa fascia d'età passano dal 28,5% del 2011 al 33,1% del 2012.**

Persone in entrata e in uscita suddivise per fasce d'età		Udm	2012		2011	
			Lavoratori in entrata	Lavoratori in uscita	Lavoratori in entrata	Lavoratori in uscita
Gruppo Snai	fino a 30 anni	(num)	52	18	61	46
		(%)	33,12%	15,25%	28,50%	32,17%
	da 30 a 50	(num)	89	74	132	76
		(%)	56,79%	0,63%	61,68%	53,15%
	oltre i 50	(num)	16	26	21	21
		(%)	10,19%	22,03%	9,81%	14,68%

Turnover (+)	Udm	2012	2011
Turnover lavoratori Gruppo	(%)	16,14%	15,42%

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

L'azienda garantisce la piena applicazione dei principi contenuti nei contratti collettivi nazionali applicati nelle diverse tipologie di azienda, con l'eccezione di Festa presso la quale è attivo un contratto aziendale approvato dalle organizzazioni sindacali. Snai S.p.A. adotta il Ccnl dell'industria, integrato da un contratto aziendale di secondo livello che prevede anche l'erogazione di premi di risultato conseguenti al raggiungimento di determinati parametri, oltre al Ccnl Commercio per le agenzie.

Percentuale di dipendenti coperti da contratti collettivi	Udm	2012	2011
SNAI SPA	(%)	100%	100%
FESTA	(%)	44%	39%
TELEIPPICA	(%)	100%	100%
TRENNO	(%)	100%	100%

Valutazione delle performance

L'esercizio 2012 ha visto l'introduzione nel Gruppo Snai di un nuovo sistema di valutazione delle performance che coinvolge l'azienda a 360° nella gestione complessiva delle risorse.

Partendo dalla mappatura delle posizioni aziendali e dall'impostazione dei relativi "profil" è stato creato il modello ideale. Al profilo di ciascun dipendente è stato poi collegato il relativo sistema di valutazione delle performance

Tutto il personale è quindi coinvolto nelle valutazioni qualitative e quantitative basate su diverse dimensioni: sugli obiettivi legati alle attività effettivamente svolte, sulle competenze cioè sui comportamenti organizzativi e sulle conoscenze specifiche.

Il sistema di incentivazione si avvale di diversi strumenti quali:

- il premio di risultato;
- i bonus individuali per dirigenti, quadri e responsabili di funzione (*management by objectives*).



Prevenzione del rischio di infortuni sul lavoro

Snai adotta tutte le misure idonee a tutelare la salute e la sicurezza degli ambienti di lavoro attraverso l'applicazione delle procedure tradizionali (valutazione dei rischi, sorveglianza sanitaria) e con il supporto delle figure professionali competenti (dirigenti, preposti, medico competente e responsabile del servizio di prevenzione e protezione come da D.Lgs. 81/2008).

La prevenzione dei rischi lavorativi è un principio fondamentale cui si ispira l'Azienda e rappresenta un'opportunità per migliorare la qualità della vita in ufficio e nei luoghi di lavoro in generale. In tale ottica, anche nel 2012, Snai ha dedicato particolare attenzione alle azioni informative e formative, finalizzate alla gestione delle emergenze, delle procedure antincendio, del primo soccorso ed della prevenzione degli infortuni, coinvolgendo il personale a tutti i livelli.

L'attività è stata attuata mediante interventi di formazione e informazione (realizzati con appositi corsi), l'attuazione del piano di sorveglianza sanitaria, la divulgazione di avvisi e circolari come previsto dalle normative in materia.

In ottemperanza alle disposizioni del D.L. n.81 del 2008, sono stati effettuati ulteriori investimenti per migliorare l'adeguatezza degli impianti e delle attrezzature ai dettati della suddetta normativa.

Sul fronte della sicurezza, relativamente agli impianti ippici, ormai da alcuni anni un'unità mobile di pronto e primo soccorso è stata messa a disposizione degli impianti nel caso si manifestino infortuni sia durante le corse che durante gli allenamenti.

Presenza dei lavoratori in Comitati per la salute e sicurezza	Udm	2012	2011
Gruppo Snai	(num)	11	12
	(%)	1,55	1,70

Il tasso di malattia professionale è pari a zero.

Tasso di infortuni	Udm	2012			2011		
		Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne
Gruppo Snai	(num)	861	391	470	1.084	736	348
	(%)	153,3	132,3	176,5	199,3	261	132,9

A fronte di un incremento della forza lavoro, nel 2012 il tasso di infortunio è calato del 30%.

Indice di gravità	Udm	2012			2011		
		Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne
Gruppo Snai	(num)	171	79	92	204	128	76
	(%)	30,5	26,8	34,6	37,5	45,4	29,0

Anche l'indice di gravità degli infortuni si è ridotto rispetto al 2011 e non si sono verificati incidenti mortali nel corso dell'anno.

Tasso di assenteismo	Udm	2012			2011		
		Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne
Totale Gruppo	(num)	14606	9723	4883	16035	11886	4149
	(%)	17997,2	23782,4	12124,0	20012,9	29857,9	10292,2

Nel 2012 si registra una riduzione dell'assenteismo pari a circa l'11%.



› Ufficio quotisti sede Snai a Porcari

Lo sviluppo del capitale umano come fattore strategico

Lo sviluppo del capitale umano rappresenta per il Gruppo Snai uno strategico fattore di produzione e di innovazione. L'azienda è quindi costantemente impegnata nella crescita professionale dei propri dipendenti e investe ogni anno in programmi di formazione.

Le attività di formazione del 2012 hanno supportato l'evoluzione organizzativa del Gruppo. Snai ha offerto programmi di formazione sempre più strutturati con la finalità di promuovere lo sviluppo professionale dei dipendenti e di migliorarne le prestazioni. Tali programmi vedranno una completa definizione nel corso del 2013 a seguito del processo di valutazione delle performance intrapreso dall'azienda il cui fine è anche quello di avere elementi concreti su cui lavorare in termini di sviluppo.

Ore medie di formazione pro-capite per categoria		Udm	2012	2011
Gruppo Snai	Dirigenti	(num)	9	8
	Quadri	(num)	37	30
	Impiegati	(num)	584	672
	Operai	(num)	3	8

Ore medie di formazione pro-capite per genere		Udm	2012	2011
Totale Gruppo	Uomini	(num)	405	302
	Donne	(num)	227	408



Pari opportunità

Nonostante le donne rappresentino la maggioranza della popolazione aziendale (sono il 51% della forza lavoro) la loro presenza fra la dirigenza aziendale è ancora minoritaria (3 su 20), mentre invece supera nettamente quella maschile nella categoria impiegatizia (352 su 600).

Composizione del personale per categoria		Udm	2012			2011		
			Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne
Gruppo Snai	Dirigenti	(num)	20	17	3	21	19	2
	Quadri	(num)	33	19	14	30	17	13
	Impiegati	(num)	600	248	352	562	211	351
	Operai	(num)	78	74	4	94	89	5
	Totale	(num)	731	358	373	707	336	371

Personale disabile o appartenente a categorie protette		Udm	2012			2011		
			Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne
Gruppo Snai	(num)	40	24	16	43	26	17	

Nel corso del 2012 non sono stati denunciati o verificati episodi di discriminazione da parte dei dipendenti.





Nel percorso che ha portato il Gruppo Snai a ridefinire i valori aziendali si sono tenute per i dipendenti varie iniziative legate al Team Building, come:

- **TEAM DUCATI:** un momento relazionale e motivazionale in occasione della tappa di Monza del campionato mondiale di Superbike, durante il quale l'Amministratore Delegato ha incontrato dirigenti e quadri aziendali del Gruppo.
- **WORKSHOP FORMATIVO DI LANCIO E APPROFONDIMENTO SUL RUOLO DELL' "AREA MANAGER":** un incontro di due giorni per promuovere la nuova struttura commerciale ed il ruolo dell'Area Manager alla luce dei nuovi obiettivi aziendali. Nell'affascinante cornice dell'ippodromo del galoppo di Milano, hanno partecipato tutti gli Area Manager sparsi sul territorio nazionale.
- **XMAS PARTY: I NOSTRI VALORI;** un evento formativo per tutto il Gruppo con il focus sulla cultura del servizio interno, sull'importanza collaborazione e del coinvolgimento. Dopo l'intervento dell'Amministratore Delegato, si sono susseguiti video, testimonianze ed una rappresentazione teatrale con la partecipazione di dipendenti della Società per presentare a tutti i dipendenti del Gruppo i valori ridefiniti ed il loro radicamento in azienda.

Welfare e conciliazione: gli elementi integrativi alla retribuzione

Snai ha previsto una serie di elementi integrativi alla retribuzione, in grado di favorire la copertura delle diverse esigenze del personale (previdenza, assicurazione, sanità, ecc.). Poiché nel nostro Paese il sistema sanitario e previdenziale è gestito a carattere pubblico e finanziato dai prelievi contributivi obbligatori applicati sulle singole retribuzioni, Snai ha attivato una serie di convenzioni, in favore del personale, per favorire iniziative integrative per la parte sanitaria e previdenziale, oppure a sostegno della famiglia.

Per quanto riguarda le iniziative di conciliazione, Snai ha attivato in favore dei dipendenti:

- Asili nido: convenzione con due strutture private a Porcari e Capannori, l'azienda assume a proprio carico il 50% del costo della retta mensile.
- Ludoteca, doposcuola e baby parking: convenzione per tariffe agevolate presso una struttura privata di Capannori.

Quanto segue è invece un breve prospetto delle convenzioni in essere:

- Ina Assitalia: convenzione per tariffe scontate per polizze furto, infortuni, malattia e per la cosiddetta "polizza del capofamiglia"
- Assicurazioni Generali: condizioni di favore per l'accesso a piani di pensione integrativa, con erogazione di rimborsi per spese sanitarie, indennizzi nei casi morte e invalidità permanente
- Bnl: convenzione per accesso agevolato a mutui fondiari, prestiti personali e conti correnti
- Sono attive ulteriori convenzioni per: acquisto autovetture, ottica, igiene dentale, integratori alimentari.

La controllata Trenno Srl mette inoltre a disposizione:

- Sede per il Cral aziendale
- Sede per le Rsu Trenno
- Mensa aziendale
- Appartamenti in affitto o comodato d'uso a personale addetto alla cura dei cavalli ospitati presso le scuderie.



Comunicazione interna come strumento di responsabilizzazione e motivazione dei dipendenti

La comunicazione interna, vissuta come 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 implementato nel 2012 un progetto interfunzionale per la creazione di una webletter.

POSTA ELETTRONICA

I dipendenti hanno a disposizione l'indirizzo di posta elettronica che permette una comunicazione tempestiva e documentabile e consente inoltre la diffusione e la condivisione di informazioni in modo capillare e immediato.

PORTALE INTRANET

La rete Intranet, accessibile a tutti, è lo spazio e il canale di diffusione per tutte le informazioni. L'Intranet aziendale costituisce anche uno strumento di consultazione da parte dei dipendenti relativamente le procedure e le politiche aziendali.

NEWSLETTER

Un altro importante passo per la comunicazione interna è rappresentato dall'ideazione e dalla progettazione della webletter aziendale diffusa periodicamente tramite posta elettronica.

Dalla collaborazione tra più aree è nato questo nuovo strumento che ha come primo obiettivo quello di divulgare, in modo dinamico e multimediale, le informazioni che possono essere direttamente legate al nostro business, di carattere strategico/orientativo (messaggi dalla direzione aziendale), legate alla conoscenza dei nuovi colleghi (interviste scritte o video alle new entry), ma anche di approfondimento con i colleghi con maggiore seniority aziendale.

Il secondo obiettivo è invece comunicativo: coinvolgere le persone, aprire una finestra al dialogo, farle sentire importanti per il contributo che possono dare con le loro osservazioni, richieste, iniziative.



PUNTI E CORNER SNAI

IL PERSONALE CHE OPERA ALL'INTERNO DEI PUNTI E CORNER SNAI È ALTAMENTE QUALIFICATO E FORMATO PER ASSISTERE AL MEGLIO LA CLIENTELA.

LA FORMAZIONE DELLE PERSONE CHE LAVORANO NELLA PROPRIA RETE È INFATTI CRUCIALE PER SNAI, CHE NE SOSTIENE COSÌ LO SVILUPPO E LA DIFFUSIONE DEI VALORI DI RESPONSABILITÀ SOCIALE.

Snai cura in modo particolare la relazione con i propri punti vendita assistendoli e seguendoli in modo che siano in grado di offrire il miglior servizio alla clientela.

Questa attività di accompagnamento costante ha anche lo scopo di sviluppare capacità imprenditoriali e competenze professionali specifiche. Inoltre, attraverso gli operatori dei punti di accettazione Snai mantiene un costante contatto con i propri clienti, riuscendo così a calibrare la propria offerta in base alle loro aspettative e desideri.

Come già detto¹, i punti di gioco detti “Corner Snai” sono punti di accettazione presenti presso attività commerciali (bar, centri commerciali, tabaccherie ecc.). Per i Corner, Snai ha realizzato tecnologie ad hoc per la piena affidabilità dei sistemi di accettazione e la tempestività di informazioni per gli scommettitori.

I Punti Snai, a differenza dei Corner, sono luoghi esclusivamente dedicati al gioco.

I programmi di formazione della rete di vendita riguardano:

- la normativa di settore, le nozioni specifiche su giochi e dotazione tecnologica utilizzata
- la gestione e fidelizzazione del cliente-giocatore
- la conoscenza dei valori del gioco responsabile e le regole di comportamento da adottare nel caso vi fossero anomalie di comportamento dei giocatori
- la tutela dei clienti per quanto riguarda la prevenzione del gioco compulsivo.

Il rapporto con i gestori è sempre stato un punto di forza della Società facendo sì che eventuali proposte o necessità da parte di questi ultimi possano essere comunicate e affrontate con Snai tempestivamente.

¹ Si veda il capitolo 3, “La più ampia rete di vendita per le scommesse”.

I Punti Snai

I Punti Snai sono “betting shop” interamente dedicati alle scommesse, dotati di tecnologia all'avanguardia sia per quanto riguarda l'accettazione del gioco, che avviene esclusivamente in tempo reale, sia per le informazioni offerte agli scommettitori: dalla diretta televisiva dei più importanti eventi sportivi e di tutte le corse ippiche oggetto di scommesse, all'aggiornamento in tempo reale delle quote per le scommesse, alla disponibilità di locandine con statistiche e altre informazioni, come le prestazioni dei cavalli impegnati nelle corse ippiche in programma.

Le nuove “locandine telematiche” realizzate per i Punti Snai, oltre a garantire un costante aggiornamento delle informazioni su cavalli partenti, eventi sportivi in programma, risultati e quote in pagamento, **hanno anche un importante ruolo nell'abbattimento dell'impatto ambientale, poiché eliminano completamente i vecchi supporti cartacei con significativi benefici per l'ambiente e anche per la gestione economica dei punti di accettazione scommesse.**

Il portale SnaiPartner per dialogare con i propri punti vendita

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
2. ASSISTENZA
3. GESTIONE MATERIALI.



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
- Le 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 inoltrata al reparto Snai competente per la soluzione.

3

GESTIONE MATERIALI

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



› La rete di contribuzione nazionale Teleippica

FORNITORI

**NEL 2012
IL NUMERO DI CONTRATTI
DI FORNITURA
STIPULATI DAL GRUPPO
SNAI ERANO 4.022**

Valori e parametri per la selezione dei fornitori

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.

L'osservanza del Codice Etico presupposto fondamentale per lavorare con Snai

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 del Gruppo. 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, seconda la gravità del caso, alla risoluzione del vincolo contrattuale imputabile ai sensi degli artt. 1453 e 1455 Codice civile e alla richiesta di eventuali risarcimento danni".

Snai non adotta nessuna politica o prassi volta a privilegiare i fornitori locali, sia a livello di organizzazione complessiva, sia a livello di singole sedi.

Numero contratti di fornitura		Udm	2012
Gruppo Snai	Totale contratti stipulati con fornitori, appaltatori e altri partner commerciali significativi	(num)	4.022



COMUNITÀ

Snai partecipa concretamente alla vita dei cittadini, e non solo dei giocatori, attraverso le numerose iniziative in favore della comunità locale.

L'impegno dell'azienda si manifesta soprattutto nell'ambito della ricerca, della solidarietà e dello sport, oltre alle iniziative sul gioco responsabile come precedentemente detto nel capitolo 4.

Le iniziative a sostegno della comunità

TELETHON 2012

La partnership tra Snai e Telethon ha raggiunto l'ottavo anno consecutivo: un risultato fonte di orgoglio per l'azienda, per l'intera forza lavoro, per tutta la rete dei Punti e Corner Snai. Anche l'ultima edizione della maratona per la raccolta fondi da destinare alla ricerca scientifica sulle malattie genetiche ha visto un forte impegno di Snai, che ha attivato diversi sistemi di raccolta, sia nei Punti e Corner sia sul sito www.snai.it, sia attraverso il pagamento tramite sms da apparato cellulare: inviando un sms al numero 45507, con la dicitura "Snai", si effettuava una donazione pari a due euro.

La raccolta fondi è stata ampiamente promossa attraverso diversi canali di comunicazione:

- spot istituzionali Telethon trasmessi sul canale satellitare Snai Sat e su Radio Snai (web radio trasmessa nei Punti Snai e ascoltabile dal sito www.snai.it);
- banner istituzionale Telethon sul sito www.snai.it: cliccando il banner si poteva accedere direttamente a una sezione informativa del sito Telethon, per ottenere tutte le informazioni circa la raccolta e la destinazione dei fondi;

- materiale promozionale Telethon distribuito in tutti i punti di accettazione del gioco.
- spazio dedicato a Telethon su tutti i "prospetti quote" disponibili nei Punti e Corner Snai.

I dipendenti di Snai sono stati sensibilizzati alla partecipazione tramite il *payroll giving*, la possibilità di autorizzare la trattenuta di una o più ore di lavoro direttamente in busta paga, devolvendo l'importo equivalente a Telethon. Tutti i gestori dei Punti e Corner Snai hanno avuto la possibilità di partecipare alla raccolta con proprie donazioni, e infine l'azienda ha aggiunto un proprio contributo a quanto donato da giocatori, scommettitori, dipendenti e rete di accettazione.

Grazie all'impegno di tutte le forze coinvolte, in otto anni è stato possibile devolvere a Telethon, attraverso i canali Snai, oltre 1,1 milioni di euro, interamente utilizzati ai fini della ricerca.

TORNEO SNAI DELLE STELLE

Snai rafforza il proprio sostegno alla comunità ospitando la seconda edizione del **Torneo Snai delle Stelle** che si è tenuto a giugno 2012 all'ippodromo di San Siro Trotto, una corsa speciale sulla quale il pubblico ha potuto effettuare scommesse. Alla corsa hanno partecipato 12 magnifici cavalli guidati da personaggi dello sport, dello spettacolo, della musica, del giornalismo, del cinema, della moda, del poker e della società civile. L'intera serata è stata trasmessa in diretta sul canale 220 di Sky.

Snai ha devoluto ai terremotati dell'Emilia Romagna il ricavato delle scommesse raccolte all'ippodromo e nelle agenzie sul territorio.

IN 8 ANNI SONO
STATI RACCOLTI
ATTRAVERSO
I CANALI SNAI

1,1 MLN DI EURO

PER TELETHON

GRAN PREMIO CITTÀ DI MONTECATINI

Snai ha sponsorizzato il GP “Città di Montecatini” che si è svolto il 15 agosto all’ippodromo di Sesana. Si tratta del più importante appuntamento del trotto in Italia per quanto riguarda il calendario estivo, inserita nel circuito “Summer Cup 2012”.

Il Gran Premio Città di Montecatini - Trofeo Snai è il quinto evento ippico sponsorizzato Snai nel corso del 2012, nell’ambito del progetto “Snai con l’ippica. Da sempre”: con l’obiettivo di promuovere i più importanti Gran Premi dell’anno, la Società ha deciso di sponsorizzare otto corse in programma negli ippodromi di Milano San Siro (trotto e galoppo), Montecatini, Pisa, Napoli e Montegiorgio.

La serata di Ferragosto a Montecatini ha visto il coinvolgimento di bar, locali e negozi della località toscana, che hanno allestito le vetrine in tema ippico, oltre a iniziative rivolte ai bambini come cavalcate con i pony e giostre, e fuochi d’artificio a conclusione dell’evento.

FIERACAVALLI E VERONA SHOW JUMPING 2012

La partecipazione di Snai a Fieracavalli 2012 ha confermato l’impegno dell’azienda in favore dell’ippica in un momento di significativa crisi per il settore: lo stand presentava, infatti, nuove tecnologie e nuovi sistemi di accettazione scommesse, studiati e realizzati con diversi obiettivi, primi tra tutti aumentare la disponibilità di informazioni utili per gli scommettitori, e rendere più semplici e rapide le operazioni di scommessa.

In occasione di Fieracavalli, Snai ha confermato la sponsorizzazione del concorso ippico di salto ostacoli “Verona Show Jumping”, anche in questo caso per ribadire la propria vicinanza storica all’intero mondo del cavallo.

TIPSTAR 2012

Il campionato di calcio di serie A 2011/2012 ha visto la seconda edizione dell’iniziativa Tipstar, realizzata in partnership con il Corriere dello Sport – Stadio. Per l’intero campionato, in occasione di ogni giornata, 30 “vip” del mondo del calcio, dello sport, del giornalismo e dello spettacolo, hanno giocato una scommessa da 20 euro, su partite ed esiti a loro scelte. Le scommesse sono state sponsorizzate da Snai.

A fine campionato, l’intera somma delle vincite è stata devoluta in beneficenza: Snai ha aggiunto una somma pari all’ammontare delle vincite.

L’iniziativa è stata poi prolungata in occasione e replicata in occasione dei campionati europei di calcio.

SPONSORIZZAZIONE TEAM ALTHEA RACING DUCATI – CAMPIONATO MONDIALE SUPERBIKE

Nel corso del 2012, Snai è stato lo sponsor principale del Team Althea Racing Ducati, partecipante al campionato mondiale Superbike con i piloti Carlos Checa, campione del mondo 2011, e Davide Giugliano, campione mondiale classe Superstock 1000.

Il brand Snai, inserito nelle livree delle due moto Ducati 1198, sulle tute dei piloti e su tutto il materiale informativo e pubblicitario del team, ha avuto un ottimo risalto anche a livello di comunicazione e media.

In più è stato possibile realizzare diverse iniziative in collaborazione con il Team Althea, coinvolgendo sia la forza lavoro di Snai sia la rete di vendita, in occasione dei tre Gran Premi previsti in Italia. In particolare, il Gran Premio di Monza è stato occasione per una convention riservata ai dirigenti e ai quadri aziendali, e ulteriori iniziative sono state realizzate nella fase finale della stagione, con i piloti Checa e Giugliano ospiti di tre Punti Snai a Napoli, Pavia e Milano.

SUPPORTO NAZIONALE IRLANDESE NEL RITIRO PRE EURO 2012

La squadra nazionale di calcio irlandese, allenata da Giovanni Trapattoni, è stata ospite della città di Montecatini Terme in occasione del ritiro che ha preceduto i campionati europei di calcio del 2012. Snai ha patrocinato l’evento, collaborando con l’amministrazione della città di Montecatini.

La sponsorizzazione ha compreso, tra l’altro, la presenza del c.t. Trapattoni all’ippodromo Sesana in una serata di corse, e la sponsorizzazione di un incontro amichevole tra l’Irlanda e una selezione di calciatori toscani.



Più spazio per i social network nella comunicazione esterna

L'impegno di Snai nel 2012 verso la community di appassionati, si è ampliato e rafforzato confermando in questo l'approccio informativo, coinvolgente e dialettico con gli utenti.

Rispetto a **Facebook**, il rapporto con gli utenti è cresciuto sia in termini quantitativi sia in termini qualitativi. Il 2012 si è confermato l'anno del coinvolgimento e dell'intrattenimento che ha visto la fan page ufficiale continuare e approfondire il dialogo iniziato l'anno precedente. Non solo informazioni di gioco ma anche ascolto delle necessità e risposte alle numerose domande inerenti i sistemi, le normative e i punti vendita. La gestione della pagina Snai, infatti, si è caratterizzata quest'anno, per i sondaggi, le domande e i dialoghi via post con gli utenti su tematiche legate direttamente (e non) al gioco puntando fortemente sul concetto di "divertimento" come elemento fondamentale dell'esperienza di consumo.

Per confermare l'importanza di una continua comunicazione e apertura verso i consumatori è stato creato un secondo luogo di incontro virtuale riservato agli appassionati del poker. Il focus in questo caso è un gioco specifico ma l'approccio segue quello della pagina "ombrello". Intrattenimento, informazioni, confronto, divertimento.

Snai, infine ha voluto confermare il suo impegno verso i contenuti e l'informazione della Community dando risalto e approfondendo impegno verso due altri nodi sociali della Rete. **Twitter** e **Youtube**: anche tramite questi due canali gli utenti sono liberi di lasciare commenti, indicazioni o domande rispetto all'offerta o ai servizi Snai.



Un'area dedicata per curare i rapporti con i media

Snai ha una propria divisione deputata ai rapporti con i media, operativa ogni giorno dell'anno, sia con ruoli di monitoraggio sia, soprattutto, con incarichi di promozione e divulgazione delle attività, delle iniziative, delle proposte e delle offerte Snai.

A un dialogo quotidiano e costante con i giornalisti, si aggiungono iniziative e progetti editoriali in partnership con alcuni tra i principali media italiani (Ansa, Sky Sport 24, Gazzetta.it, Corriere.it, CorrieredelloSport.com) per massimizzare i riscontri su Snai rilevati su stampa, radio, tv e new media (siti Internet, blog, ecc.).



AZIONISTI E INVESTITORI

ACCURATEZZA, TEMPESTIVITÀ, TRASPARENZA E ACCESSO ALLE INFORMAZIONI SONO LE REGOLE DI BASE CHE LA SOCIETÀ SEGUE NELL'AMBITO DI TALE COMUNICAZIONE.

La comunicazione finanziaria

Snai attribuisce importanza strategica alla comunicazione finanziaria quale strumento fondamentale per instaurare e alimentare un rapporto di fiducia con il mercato.

Tramite la funzione di Investor Relations, Snai mantiene un dialogo aperto e trasparente con analisti e investitori, sia istituzionali sia individuali: cura i 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.

Trasparenza delle materie trattate in Assemblea

Le Assemblee dei Soci di Snai 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 straordinarie. **A garanzia della trasparenza e della piena informativa al pubblico la società** (oltre che tramite i canali previsti dalla normativa vigente) **da notizia della tenuta delle proprie assemblee sul proprio sito istituzionale, in cui è d'uso pubblicare anche il relativo verbale, con sintesi delle delibere assunte.**

Comunicazioni al mercato

La funzione Investor Relations 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 Relations, oltre alle pubblicazioni economico-finanziarie.

La Società pubblica in italiano e in inglese il bilancio annuale consolidato, oltre alla relazione finanziaria semestrale e ai 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 tramite il sistema Nis.

Sul sito internet 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, 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 merito all'andamento del titolo in Borsa, nel corso dell'anno lo stesso ha subito delle oscillazioni passando da uno 0,6 di inizio 2012 agli attuali 0,86. Tale andamento è stato influenzato dalla situazione economica generale, da quella italiana nonché dalle periodiche comunicazioni economico-finanziarie del Gruppo, nonché alla comunicazione della guidance e del piano strategico e di modifiche alla governance aziendale.



Le informazioni alla base dell'IR policy di Gruppo

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 garantire 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 costan-

te 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 la conoscenza 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

**Il ruolo strategico
della tutela ambientale**

**Il polmone verde di Snai:
un parco di 1.500.000 mq
in centro a Milano**

Energia

Acqua

Emissioni e rifiuti

IL RUOLO STRATEGICO DELLA TUTELA AMBIENTALE

Snai è attenta alle problematiche ambientali ed è consapevole del ruolo strategico dell'ambiente quale strumento di valorizzazione aziendale.

In questo senso, considera di fondamentale importanza l'assunzione di un comportamento responsabile e scrupoloso in materia di tutela ambientale.

Per questo l'impegno di Snai si esprime nell'adozione di strategie volte 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.



› L'ippodromo del galoppo di Milano visto dalla tribuna secondaria



Progetto di ristrutturazione per i nuovi uffici Snai

Fin dal momento in cui si è trasferita nella sua attuale sede, Snai S.p.A. ha sempre mantenuto ben radicata e visibile la propria presenza nel territorio di Porcari. A distanza di quasi vent'anni, questa presenza si è riconfermata con il progetto di ristrutturazione dell'immobile cosiddetto ex-Finant.

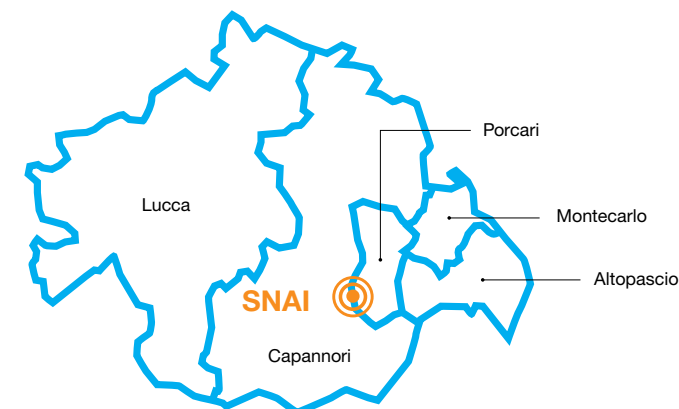
Il progetto si propone la riqualificazione funzionale, tecnica ed estetica dell'edificio, nato con carattere industriale e destinato per oltre 15 anni quasi totalmente a magazzino.

L'obiettivo di Snai è quello di riunire in un'unica sede le risorse umane, afferenti a diverse aree e settori, che prima erano collocate in altri edifici non di proprietà, con le conseguenti **economie dirette** (risparmio immediato dei canoni di affitto, delle utenze e delle spese di mantenimento delle attuali sedi distaccate) **e indirette** (migliore efficienza nella gestione dei normali flussi lavorativi, maggiore sinergia e partecipazione dei dipendenti ecc.).

Dal punto di vista funzionale, la creazione di quattro vasti "open space" operativi, oltre ad alcuni uffici direzionali chiusi, ha permesso di realizzare 95 nuove postazioni di lavoro, che si sommano alle 44 già esistenti. Agli spazi destinati alle postazioni di lavoro, si aggiungono: un gruppo di tre sale riunioni, i servizi igienici in numero congruo agli utenti previsti, i locali tecnici, gli spazi collettivi (centro stampe, break point, archivi, infermeria, ecc.) collocati in modo da servire tutte le aree di lavoro, e da rispettare esigenze quali la privacy, la brevità dei percorsi e l'accessibilità alle aree esterne.

Tecnicamente, il progetto ha tenuto conto di tutte le esigenze di confort e al benessere dei dipendenti, alle tematiche legate alla sicurezza dei lavoratori e alla tutela e sostenibilità ambientale. In particolare:

- sono stati sostituiti tutti gli infissi con prodotti che offrono migliori caratteristiche sia di efficienza energetica che di emissione termica,
- tutte le facciate dell'edificio sono state rivestite con pannelli coibenti a cappotto, che migliorano di oltre il 200% le attuali caratteristiche di dispersione e assorbimento termico,
- è stato rifatto il manto di impermeabilizzazione della copertura del tetto con prodotti altamente migliorativi, l'inserimento di un pavimento sopraelevato ispezionabile e di un controsoffitto a pannelli modulari che permettono grande flessibilità e modificabilità degli impianti elettrici e meccanici, oltre a facilitare le necessità legate al rispetto delle norme, oltre che alla manutenzione,
- l'impianto di diffusione termica e di trattamento dell'aria è stato progettato con particolare attenzione alle varie zone di microclima destinate ai lavoratori,
- la stessa cura è stata dedicata al progetto illuminotecnico, soprattutto in relazione alla scelta e al posizionamento dei corpi illuminanti.



› Posizione geografica - sede Snai

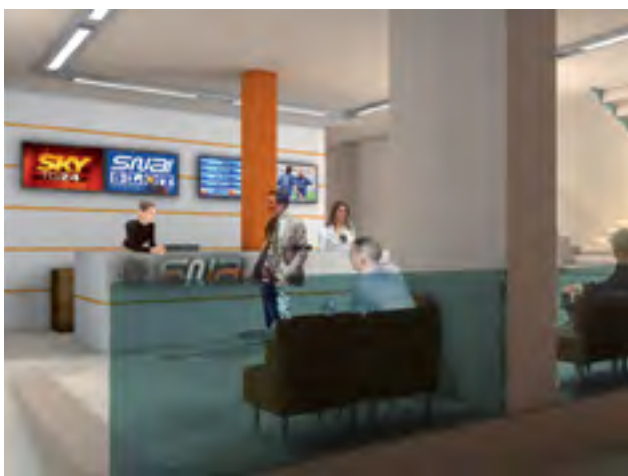


› La reception della sede Snai a Porcari





› La sala riunioni della nuova sede Snai di Porcari



› La zona d'accoglienza della nuova sede Snai di Porcari

Parallelamente, **sono stati previsti tutti i sistemi di sicurezza legati sia alle attuali normative in vigore, che quelli relativi alla protezione degli ambienti e dei dipendenti** tramite:

- un nuovo impianto di rilevazione incendi, sia a pavimento che a controsoffitto
- un impianto di controllo accessi con sistema di lettore di badge e una nuova centralina integrata con i sistemi esistenti
- un impianto di Tvcc incentrato sugli ingressi dell'edificio

- un impianto antintrusione con rilevatori volumetrici di presenza
- un nuovo impianto di diffusione sonora.

Infine non sono stati trascurati aspetti formali ed estetici che sono stati ritenuti validi per dare all'edificio, e agli ambienti in esso ricavati, quel livello di gradevolezza e di qualità formale consono sia agli ambienti di lavoro che all'immagine di Snai. Il progetto è iniziato a gennaio 2013, la sua implementazione prosegue seguendo l'iter progettuale stabilito.

DATI DIMENSIONALI

Superficie lotto	3.700 mq
Superficie coperta edificio	1.580 mq
Superficie oggetto di intervento	1.320 mq
Superficie coperta aggiunta	0 mq
Volume aggiunto	0 mc

DATI FUNZIONI INTERNE

Postazioni di lavoro Esistenti	n. 44
Nuove postazioni di lavoro Open Space	n. 95
Nuove postazioni di lavoro Totali	n. 139
Nuove sale riunioni	n. 3 (tot. 85 mq)
Nuovi uffici	n. 6 (tot. 150 mq)
Servizi igienici esistenti	n. 4
Nuovi servizi igienici	n. 12 (2 per disabili)
Superficie parcheggi	1486 mq

DATI RISPARMIO ENERGETICO - Requisiti Passivi edificio

Superficie coibente "a cappotto"	650 mq
Nuovi serramenti ad alta efficienza energetica e vetri basso emissivi	400 mq



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

Il Gruppo Snai, con l'ippodromo del galoppo, offre alla città di Milano un'importantissima risorsa ambientale: un grande polmone verde, ricco di alberi secolari e alcune autentiche rarità.

All'interno del comprensorio ippico di San Siro, di circa 1.500.000 mq, s'inserisce infatti il parco botanico dell'ippodromo, costituito da 72 specie "cartellinate" e ricco di diversi itinerari a tema. Questi alberi in parte furono trasportati fin qui da carri trainati da cavalli da tiro circa novanta anni fa, altri sono stati acquistati all'estero da due appassionati quali il Conte Durini ed il Conte Emilio Turati. A centro pista di San Siro galoppo si trova un'area con un laghetto cintato che raccoglie anatidi di vari continenti, l'habitat è talmente confacente da creare un microecosistema, per questo nel periodo delle migrazioni sostano anche germani e alzavole di passo.

4 KM

DAL CENTRO CITTÀ E DALL'EXPO

CONNESSO

ALLA NUOVA LINEA METROPOLITANA

30'

DAI PRINCIPALI AEROPORTI



› Il comprensorio ippico di Milano visto dall'alto: l'ippodromo del galoppo, l'impianto per il trotto a fianco dello stadio Giuseppe Meazza, le due piste d'allenamento per i galoppatori "Trenno" e "Maura"

Il parco botanico offre 8 percorsi diversi a seconda della tipologia di piante:

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)

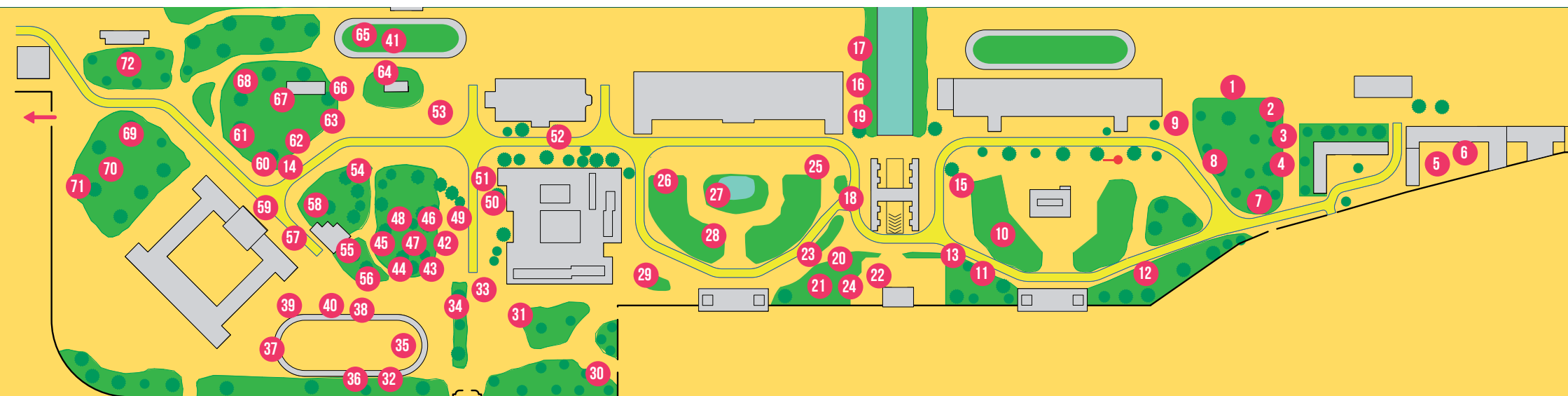


› Particolare di una magnolia all'interno del parco botanico presso l'ippodromo del galoppo di Milano

Le piante sono segnalate da targhe che ne riportano:

- Nomenclatura scientifica e volgare
- Paese di provenienza
- Numero identificativo della pianta
- Percorsi ai quali la pianta appartiene

**LA VALORIZZAZIONE
DELL'IPPODROMO PER MANTENERE
IN ESSERE IL GRANDE SPAZIO VERDE
DELL'IPPODROMO DEL GALOPPO
RIENTRA TRA GLI OBIETTIVI DI
RESPONSABILITÀ DEL GRUPPO SNAI.**



PARCO BOTANICO

- | | | | |
|--|--|---|--|
| 1 <i>Olea europaea</i> Ulivo | 21 <i>Diospyros lotus</i> Albero di S. Andrea | 40 <i>Sequoia sempervirens</i> Sequoia | 58 <i>Liquidambar styraciflua</i> Liquidambar |
| 2 <i>Taxus baccata</i> Tasso | 22 <i>Prunus laurocerasus</i> Lauroceraso | 41 <i>Thuja occidentalis</i> Tuia occidentale | 59 <i>Sophora japonica</i> Sofora del Giappone |
| 3 <i>Cercis siliquastrum</i> Albero di Giuda | 23 <i>Lagerstroemia indica</i> Albero di S. Bartolomeo | 42 <i>Parrotia persica</i> Parrotia | 60 <i>Amelanchier lamarckii</i> Pero corvino |
| 4 <i>Abies nordmanniana</i> Abete del Caucaso | 24 <i>Cedrus atlantica</i> Cedro dell'atlante | 43 <i>Ulmus glabra</i> 'Pendula' Olmo piangente | 61 <i>Ilex aquifolium</i> Agrifoglio |
| 5 <i>Platanus x acerifolia</i> Platano comune | 25 <i>Acer pseudoplatanus</i> Acero di montagna | 44 <i>Buxus sempervirens</i> Bosso | 62 <i>Nandina domestica</i> Nandina |
| 6 <i>Ficus carica</i> Fico | 26 <i>Rhododendron</i> spp. Azalea | 45 <i>Cedrus atlantica</i> Cedro dell'atlante | 63 <i>Fagus sylvatica</i> 'Purpurea Tricolor' |
| 7 <i>Fagus sylvatica</i> Faggio | 27 <i>Juniperus</i> spp. Ginepro | 46 <i>Betula verrucosa</i> Betulla | Faggio rosso tricolore |
| 8 <i>Acer pseudoplatanus</i> Acero di montagna | 28 <i>Cedrus atlantica</i> 'Glaucua' Cedro dell'atlante glauco | 47 <i>Ilex aquifolium</i> 'Argenteomarginata' | 64 <i>Larix decidua</i> Larice |
| 9 <i>Catalpa bignonioides</i> Catalpa | 29 <i>Quercus rubra</i> Quercia rossa | Agrifoglio variegato | 65 <i>Malus floribunda</i> Melo da fiore |
| 10 <i>Taxodium distichum</i> Cipresso calvo | 30 <i>Elaeagnus pungens</i> Eleagno | 48 <i>Calocedrus decurrens</i> 'Aureovariegata' | 66 <i>Picea pungens</i> 'Pumila' Abete nano del Colorado |
| 11 <i>Cedrus deodara</i> Cedro dell'Himalaya | 31 <i>Tsuga canadensis</i> Tsuga | Libocedro aureo | 67 <i>Fagus sylvatica</i> 'Pendula' Faggio pendulo |
| 12 <i>Chimonanthus praecox</i> Calicanto | 32 <i>Carpinus betulus</i> Carpino | 49 <i>Cupressus sempervirens</i> Cipresso | 68 <i>Fagus sylvatica</i> f. purpurea Faggio rosso |
| 13 <i>Calocedrus decurrens</i> Libocedro | 33 <i>Aesculus x hybrida</i> Castagno d'India ibrido | 50 <i>Pinus pinea</i> Pino domestico | 69 <i>Picea abies</i> Abete rosso |
| 14 <i>Betula verrucosa</i> 'Youngii' Betulla piangente | 34 <i>Aesculus hippocastanum</i> Castagno d'India | 51 <i>Acer palmatum</i> Acero palmato | 70 <i>Prunum serrulata</i> 'Kanzan' Ciliegio da fiore |
| 15 <i>Tilia x moltkei</i> Tiglio ibrido | 35 <i>Platanus x acerifolia</i> Platano comune | 52 <i>Wisteria sinensis</i> Glicine | 71 <i>Pseudosasa japonica</i> Bambù |
| 16 <i>Syringa vulgaris</i> Lillà | 36 <i>Acer palmatum</i> 'Dissectum Atropurpureum' | 53 <i>Magnolia grandiflora</i> Magnolia sempreverde | 72 <i>Prunus cerasifera</i> 'Pissardii' Mirabolano porporino |
| 17 <i>Calycanthus occidentalis</i> Calicanto d'estate | Acero palmato | 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 | |
| 20 <i>Quercus robur</i> Farniav | 39 <i>Cladrastis lutea</i> Cladrastis | 57 <i>Robinia pseudoacacia</i> 'Casque Rouge' Robinia rossa | |



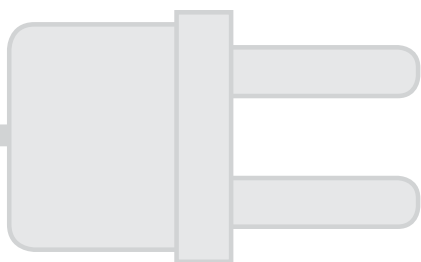
ENERGIA

I consumi diretti di energia delle due società sono complessivamente aumentati nel 2012, mentre, al contrario, i consumi indiretti di energia sono diminuiti sia per Snai S.p.A. sia per Festa.

Consumi diretti complessivi		Udm	2012	2011
SNAI SPA	Gas naturale	(J/h)	5.677.200.000	5.450.400.000
	Gasolio	(J)	332.964.000	39.600.000
	Prodotti petroliferi	(J)	6.015.600.000	5.216.400.000

Consumi diretti complessivi		Udm	2012	2011
FESTA	Gas naturale	(J)	3.157.200.000	2.962.800.000
	Gasolio	(J)	7.200.000	7.200.000
	Prodotti petroliferi	(J)	255.600.000	N.D.

Consumi indiretti complessivi		Udm	2012	2011
SNAI SPA	Da fonti indirette non rinnovabili	(J)	12.452.400.000	12.661.200.000
FESTA	Da fonti indirette non rinnovabili	(J)	1.310.400.000	1.429.200.000





ACQUA

Le sedi di Festa e Snai 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.

Consumo di acqua		Udm	2012	2011
SNAI SPA	consumo acqua municipale	(mc)	15.514	15.838
	totale acqua consumata/collaboratore	(mc/coll)	39	46
	scarico rete fognaria municipale	(mc)	15.514	15.838

Consumo di acqua		Udm	2012	2011
FESTA	consumo acqua municipale	(mc)	1.664	1.933
	totale acqua consumata/collaboratore	(mc/coll)	10	13
	scarico rete fognaria municipale	(mc)	1.664	1.933



EMISSIONI E RIFIUTI

Il Gruppo Snai opera prevalentemente nel settore dei servizi e pertanto le attività produttive non originano impatti ambientali diretti rilevanti.

Emissioni di gas serra totali		Udm	2012	2011	Var 2012/2011
SNAI SPA	Emissioni dirette di gas serra				
	Grid electricity	(ton CO eq.)	1814,64	1844,77	-1,66
	Natural gas	(ton CO eq.)	289,5	278,06	3,95
	Emissioni indirette di gas serra				
	Diesel	(ton CO eq.)	17,69	2,13	87,96
	Diesel flotta aziendale	(ton CO eq.)	301,03	268,77	10,72
	Benzina flotta aziendale	(ton CO eq.)	16,04	7,2	55,11
FESTA	Emissioni dirette di gas serra				
	Grid electricity	(ton CO eq.)	191,21	208,16	-8,86
	Natural gas	(ton CO eq.)	188,33	176,7	6,18
	Emissioni indirette di gas serra				
	Diesel	(ton CO eq.)	0,29	0,35	-20,69
	Diesel flotta aziendale	(ton CO eq.)	13,58	nd	nd



› "Cartesio", un contenitore per la raccolta della carta: sede Snai a Porcari



Sia Snai che Festa sono impegnate nella gestione più corretta dei rifiuti prodotti e del loro smaltimento. L'elevata percentuale di rifiuti avviati a recupero, che hanno entrambe le società, ne è la dimostrazione concreta. Addirittura per Festa questa percentuale raggiunge il 100%.

Rifiuti per modalità di smaltimento		Udm	2012
SNAI SPA	Rifiuti speciali	(Kg)	78.811
	di cui rifiuti pericolosi	(Kg)	33.323
	Rifiuti avviati a smaltimento	(Kg)	25.262
	Rifiuti avviati a recupero	(Kg)	53.549
	Percentuale avviata a recupero	(%)	68%

Rifiuti per modalità di smaltimento		Udm	2012
FESTA	Rifiuti speciali	(Kg)	1.280
	di cui rifiuti pericolosi	(Kg)	680
	Rifiuti avviati a smaltimento	(Kg)	-
	Rifiuti avviati a recupero	(Kg)	1.280
	Percentuale avviata a recupero	(Kg)	100%







I RISULTATI ECONOMICI

La performance
economica nel 2012

Valore economico
generato e distribuito

I principali indicatori
finanziari

LA PERFORMANCE ECONOMICA NEL 2012

514,3

milioni di euro

RICAVI REALIZZATI
DAL GRUPPO SNAI NEL 2012

Il Gruppo ha visto nel 2012 una contrazione dei propri ricavi, passati da 558,5 milioni di euro del 2011 a 514,3 milioni di euro del 2012 per l'effetto combinato di numerosi fattori sia di mercato sia caratteristici della gestione, tra i quali la grave crisi dell'ippica ed il blocco delle corse nella prima parte dell'anno, gli effetti della sfavorevole congiuntura economica generale che per la prima volta da molti anni ha colpito anche il settore del gioco legale e l'aumento della presenza sul territorio di punti dedicati al gioco illegale o trans-frontaliero.

L'Ebitda di Gruppo ha registrato conseguentemente una riduzione nell'esercizio 2012 rispetto al precedente passando da 74,7 milioni di euro a 61,3 milioni di euro; tale calo significativo è stato determinato dallo sfavorevole andamento del payout delle scommesse sportive (con la conseguente diminuzione della resa per il concessionario) che ha totalizzato un atipico valore di 82,7% (contro ad esempio il 78,3% del 2011 ma in linea con il mercato di riferimento 82,9%).

A quanto sopra si è aggiunto l'effetto del blocco della piattaforma Vlt della società Barcrest (in uso nella rete Snai) decisa nel mese di aprile 2012 a seguito della emissione di ticket solo apparentemente vincenti causati da un malfunzionamento del sistema. Successivamente alla disattivazione della piattaforma Barcrest, la Società ha prontamente posto in essere un accordo con un nuovo fornitore di sistema VLT (Novomatic) la cui installazione è iniziata a partire da gennaio 2013.

L'effetto combinato di tali elementi ha fatto sì che l'Ebit del Gruppo sia risultato negativo per 13,9 milioni di euro a fronte di un Ebit negativo per 5,1 milioni di euro dell'esercizio 2011. Il risultato netto di pertinenza del Gruppo nell'esercizio 2012 è negativo per 42,6 milioni di euro rispetto alla perdita di 40,3 milioni di euro registrata nel 2011.

L'indebitamento finanziario netto del Gruppo Snai, al 31.12.2012, è pari a 369,6 milioni di euro, a fronte di 354,4 milioni di euro a fine 2011. Rispetto alla chiusura del precedente esercizio, l'indebitamento finanziario netto è aumentato di 15,2 milioni di euro, anche per l'ulteriore ritardo accumulato da ex Assi (trasferito al Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali con decreto dello stesso Ministero e di concerto con il Ministro dell'Economia e delle finanze del 31 gennaio 2013, nel seguito ex Assi) nei pagamenti verso le società del Gruppo Trenno S.r.l. e Teleippica S.r.l.

La capogruppo Snai S.p.A. ha prodotto ricavi per 497,7 milioni di euro, in diminuzione del 6,5% rispetto ai 532,4 milioni di euro del 2011. L'Ebitda risulta pari a 61,3 milioni di euro (70,7 milioni di euro nel 2011), mentre l'Ebit è negativo per 7,4 milioni di euro (-5,8 milioni di euro nel 2011). Il risultato d'esercizio è negativo per 46,1 milioni di euro (-41,6 milioni di euro nel 2011) da attribuirsi essenzialmente alle motivazioni già esposte relativamente al risultato di Gruppo.

RICAVI ANNO 2012

514,3 MILIONI DI EURO

EBITDA

61,3 MILIONI DI EURO

POSIZIONE FINANZIARIA NETTA

INDEBITAMENTO
369,6 MILIONI DI EURO

RACCOLTA GIOCHI E SCOMMESSE

5,4 MILIARDI DI EURO



VALORE ECONOMICO GENERATO E DISTRIBUITO

Nel corso del 2012 il Gruppo Snai ha prodotto valore aggiunto globale lordo per 114 milioni di euro (-11% sul 2011), mentre il valore aggiunto globale netto sfiora i 43 milioni di euro (-12,7%).

LA FORMAZIONE DEL VALORE AGGIUNTO DEL GRUPPO SNAI

(migliaia di euro)	2012	2011	2010
A) Ricavi totali	514.372	558.540	566.909
Ricavi della produzione tipica	514.372	558.540	566.909
B) Costi intermedi della produzione	416.228	442.852	465.259
Consumi di materie prime, sussidiarie e di consumo	1.209	1.449	1.378
Costi per servizi e godimento beni di terzi	389.335	409.860	437.460
Altri costi di gestione	26.780	32.308	27.312
Capitalizzazione costi per lavori interni	-1.096	-765	-891
Valore aggiunto caratteristico lordo	98.144	115.688	101.650
Proventi finanziari	2.453	2.227	853
Imposte differite (-) / anticipate (+)	13.554	10.962(*)	5.962
Valore aggiunto globale lordo	114.151	128.877	108.465
Ammortamenti e svalutazioni	59.748	74.768	59.809
Altri accantonamenti	11.529	5.015	3.913
Valore aggiunto globale netto	42.874	49.094	44.743

(*) Per cambiamenti nei principi contabili, alcuni dati del 2011 sono stati riclassificati.

La maggior parte del valore aggiunto viene destinata alla remunerazione del capitale di credito, principalmente in seguito alla operazione di finanziamento da parte di Unicredit S.p.A., Banca IMI S.p.A. e Deutsche Bank S.p.A., conclusa nel 2011¹.

¹ In data 8 marzo 2011, Snai S.p.A ha sottoscritto un contratto relativo a un'operazione di finanziamento avente come oggetto la messa a disposizione a favore della società da parte di Unicredit Spa, Banca IMI Spa e Deutsche Bank Spa, in qualità di mandated lead arrangers, di un finanziamento a medio/lungo termine, articolato in diverse tranches, per un importo massimo complessivo fino a 490 milioni di euro. Con l'erogazione parziale in più rate di tale finanziamento, per complessivi 354,750 milioni di euro, Snai ha avuto a disposizione la provvista finanziaria utile per rimborsare il debito finanziario in scadenza per euro 228 milioni verso i precedenti finanziatori Unicredit Spa e Solar S.A., nonché a sostenere lo sviluppo del business. Il finanziamento è garantito da garanzie reali costituite da parte di Snai sui propri principali beni materiali e immateriali.





Il valore aggiunto destinato alla remunerazione del personale (stipendi, accantonamenti per trattamento di fine rapporto, ecc.) rimane stabile su base annua (+1,50%) e si attesta a circa 34 milioni di euro. Alla pubblica amministrazione, sotto forma di imposte dirette e indirette, sono stati distribuiti 5 milioni di euro, mentre alla comunità locale sono stati destinati 1,7 milioni di euro sempre sotto forma di imposte. L'esercizio 2012 non ha visto la distribuzione di utili.

LA DISTRIBUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO DEL GRUPPO SNAI

(migliaia di euro)	2012	2011	2010	Var 2012/2011
A) Remunerazione del personale	33.840	33.336	30.223	504
Costi del personale	32.290	31.863	28.803	427
Trattamento di fine rapporto	1.550	1.473	1.420	77
B) Remunerazione della Pubblica Amministrazione	4.909	12.977	15.797	-8.068
Imposte dirette	-350	6.307	9.476	-6.657
Imposte indirette	5.259	6.670	6.321	-1.411
C) Remunerazione del capitale di credito	45.027	42.349 (*)	30.187	2.678
D) Remunerazione del capitale di rischio	0	0	-	0
Utili distribuiti	0	0	-	0
E) Remunerazione dell'impresa	-42.560	-40.527	-32.447	-2.033
Utili non distribuiti/copertura delle perdite	-42.560	-40.527	-32.447	-2.033
F) Trasferimenti a favore della comunità locale	1.658	959	983	699
Tasse e imposte locali	1.658	959	983	699
Valore aggiunto globale netto	42.874	49.094	44.743	-6.220

(*) Si presenta un dato differente rispetto a quanto pubblicato l'anno scorso (42.362) a causa di un errore di digitazione.

› Il faggio pendulo nei pressi del "tondino", all'ippodromo del galoppo di Milano



I PRINCIPALI INDICATORI FINANZIARI

L'analisi dei dati economici del 2012 evidenzia come l'Ebitda del Gruppo Snai abbia registrato una significativa contrazione rispetto all'esercizio 2011, passando da 74,7 milioni di euro a 57,4 milioni di euro, principalmente per effetto della riduzione dei ricavi totali dovuti all'alto payout registrato nell'anno (82,7% contro il 78,3% del 2011), al blocco della piattaforma Barcrest nei primi mesi dell'anno e al protrarsi dei problemi nel mercato dei giochi a base ippica legato alla crisi del comparto ippico in generale.

I ricavi del Gruppo Snai sono passati da 558,6 milioni di euro a 514,4 milioni di euro nel 2012.

L'Ebit del gruppo è negativo per 13,9 milioni di euro, e il risultato netto di pertinenza del Gruppo nell'esercizio 2012 è negativo per 46,1 milioni di euro, contro una perdita di 41,6 milioni di euro del 2011. La variazione è essenzialmente legata a svalutazioni delle immobilizzazioni, a minori ammortamenti e a maggiori oneri finanziari netti.

La posizione finanziaria netta del Gruppo Snai, al 31.12.2012, è pari a 369,6 milioni di euro, a fronte di 354,4 milioni di euro a fine 2011. Rispetto alla chiusura dell'anno precedente l'esposizione finanziaria netta è aumentata di 15,2 milioni di euro, principalmente a causa dei ritardi accumulati da ex Assi nel pagamento di quanto dovuto alle società del Gruppo Trenno S.p.A. e Teleippica S.p.A.

Principali indicatori finanziari del Gruppo	Udm	2012	2011	2010	Var 2012/2011
Ricavi del Gruppo Snai	(milioni euro)	514	559 (*)	567	-44
Ebitda Gruppo	(milioni euro)	57	75	64	-17
Ebit Gruppo	(milioni euro)	-14	-5	0	-9
Risultato d'esercizio	(milioni euro)	-43	-41 (*)	-32	-2
Posizione finanziaria netta	(milioni euro)	indebitamento	indebitamento	indebitamento	15
		369,6	354,4 (*)	293,4	

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

La capogruppo Snai S.p.A. ha prodotto ricavi per 497,7 milioni di euro, in diminuzione dell'6,6% rispetto ai 532,4 milioni di euro del 2011. L'Ebitda risulta pari a 61,3 milioni di euro (70,7 milioni di euro nel 2011), mentre l'Ebit è negativo per 7,4 milioni di euro (-5,8 milioni di euro nel 2011). Il risultato d'esercizio è negativo per 46,1 milioni di euro (-41,6 milioni di euro nel 2011): le motivazioni possono essere fatte risalire a quanto già esposto relativamente al risultato del Gruppo.

Principali indicatori finanziari della Capogruppo	Udm	2012	2011	2010	Var 2012/2011
Ricavi di Snai S.p.A	(milioni euro)	498	532	537	-35
Ebitda Snai S.p.A	(milioni euro)	61	71	57	-9
Ebit Snai S.p.A	(milioni euro)	-7	-6	-2	-2
Risultato d'esercizio	(milioni euro)	-46	-42	-33	-5

Contenzioso

IL CASO BARCREST

Il 16 aprile 2012 sulla piattaforma videolottery Barcrest si è improvvisamente verificato un anomalo picco di richieste di pagamento di “jackpot”, in realtà solo apparentemente vincenti e che, in alcuni casi, si caratterizzavano per importi superiori al limite regolamentare di 500.000 euro. In seguito a questo episodio, per la maggior tutela dei propri clienti, è stato immediatamente bloccato il sistema Barcrest, al fine di effettuare le necessarie verifiche. Da quella data il sistema Barcrest non è più stato operativo, ed è stato progressivamente sostituito da apparecchi collegati a una nuova piattaforma. Successivamente sono state eseguite verifiche condotte anche con l’ausilio di tecnici informatici indipendenti: questi approfonditi controlli hanno permesso di evidenziare come nessuna vincita sia stata generata, il 16 aprile 2012, dal sistema Barcrest e nessuna sia registrata dal sistema centrale di Sogei.

Questo evento ha comportato:

- Contestazioni di Adm per presunti inadempimenti nella gestione della rete telematica di interconnessione, in seguito alle quali è stato revocato il certificato di conformità del sistema di gioco – Barcrest 01 (peraltro già disattivato) e state contestate penali per un ammontare complessivo di circa 1,5 milioni di euro.
- Vertenze da parte dei giocatori: i presunti vincitori di jackpot hanno avviato in tutto 54 procedimenti al fine di ottenere il pagamento delle presunte vincite; a questi procedimenti si aggiungono due istanze di mediazione. I 54 provvedimenti indicati comprendono, in otto casi, decreti ingiuntivi provvisoriamente esecutivi:
 - due giocatori hanno ottenuto l’assegnazione di circa 500mila euro ciascuno, ma in un caso – dopo che Snai ha ottenuto la sospensione provvisoria del decreto ingiuntivo – è stato chiesto il sequestro conservativo su beni e crediti del giocatore;

- in un caso l’esecutività del decreto è stata sospesa previo deposito giudiziario da parte di Snai di un importo pari a 500mila euro.

- nei cinque casi restanti, l’esecutività dei decreti è stata sospesa.

Al momento della redazione del Rapporto di responsabilità sociale 2012 non sono noti ulteriori sviluppi della vicenda.

PENALE ADM PER NEW SLOT

Il 27 febbraio 2012 Adm ha irrogato a Snai una sanzione pari a 8,4 milioni di euro per presunti inadempimenti del livello di servizio del gateway nel periodo luglio 2005 – marzo 2007; il provvedimento è stato impugnato presso il Tar che ha disposto la sospensione cautelare, l’udienza si è tenuta il 20 febbraio 2013 con causa trattenuta in decisione.

CASO “QUOTE” DEL 2 OTTOBRE 2012

Il 2 ottobre 2012, per alcuni minuti, a causa di un’anomalia, sono state proposte quote errate per alcuni eventi sportivi nelle tipologie di scommessa Under/over 5,5 e Under/over secondo tempo 0,5; nonostante le quote fossero palesemente errate, alcuni giocatori hanno approfittato dell’errore e instaurato procedimenti finalizzati a ottenere il pagamento delle vincite realizzate; Snai ha segnalato quanto avvenuto ad Adm e approntato le proprie difese anche alla luce di eventi giurisprudenziali precedenti e favorevoli al concessionario che ha pubblicato quote evidentemente viziate da errori riconoscibili, e si costituirà in giudizio nei termini di legge.



SENTENZA CONSIGLIO DI STATO 381/2012

Dopo l'annullamento, da parte del Consiglio di Stato, del provvedimento dell'Autorità garante per la concorrenza e il mercato, circa l'autorizzazione all'acquisto di 450 rami d'azienda da parte di Snai (anno 2006), il 14 marzo 2012 Snai ha dato avvio a un nuovo procedimento autorizzativo per risolvere la questione pendente.

Il 4 maggio 2012 l'Agcm ha comunicato a Snai che non avrebbe proceduto a una nuova istruttoria, in quanto i rami d'azienda acquisiti non danno luogo a costituzione o rafforzamento di posizione dominante.

SENTENZA CORTE DEI CONTI SU APPARATI NEW SLOT

La sanzione comminata a Snai Spa per presunti inadempimenti nella gestione della fase di avvio della rete telematica per la connessione degli apparati Awp (new slot), è stata fissata in primo grado a 210 milioni di euro; questo provvedimento è stato appellato in data 11 maggio 2012, con sospensione ex lege degli effetti.

In data 15 ottobre 2013 Snai Spa ha presentato presso la Corte dei Conti, Sezione Centrale di Appello, istanza di definizione agevolata, ai sensi dell'art. 14, D.L. n. 102 del 31 agosto 2013, del giudizio di appello alla sentenza di primo grado emessa dalla Corte dei Conti, Sezione Lazio.

Snai ha versato in due differenti tranches la somma complessiva di 65,7 milioni di euro, pari al 30% del danno quantificato nella sentenza di primo grado. In questo modo la Società, pur convinta della validità del proprio operato e dovendo affrontare un ulteriore esborso economico gravante sugli oneri finanziari nel breve periodo, ha chiuso in via definitiva un contenzioso pluriennale e può ora definire le strategie di sviluppo senza l'incertezza derivante dalla persistenza del contenzioso stesso.

RISOLUZIONE ACCORDO ACQUISIZIONE COGEMAT SPA

In seguito alla vicenda della sanzione per le slot appena descritta, anche la società Cogemat Srl, per la quale era prevista l'acquisizione da parte di Snai Spa, è stata sanzionata per un importo pari 255 milioni di euro; questo ha causato il venir meno degli impegni contrattuali previsti per l'acquisizione di Cogemat, secondo l'accordo sottoscritto in data 29 dicembre 2011. Di conseguenza, oltre alla risoluzione di ogni accordo, è stata annullata la convocazione dell'Assemblea chiamata a deliberare, tra l'altro, un aumento del capitale riservato ai soci di Cogemat.

PROCESSO VERBALE DI CONSTATAZIONE DELLA DIREZIONE REGIONALE PER LE ENTRATE DELLA TOSCANA

Nel corso del 2012 è stato sottoscritto un atto d'accordo con la Direzione regionale delle Entrate della Toscana per le pretese derivanti da rilievi sollevati nei confronti di Snai. L'accordo ha previsto il pagamento di 1,995 milioni di euro per rilievi riferiti all'anno 2009 e 1,536 milioni di euro per rilievi riferiti al 2010.



NOTA METODOLOGICA

Rapporti con gli stakeholder e con i mercati di riferimento

Snai Spa 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'Agenzia delle Dogane e 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 seconda edizione, chiusa nel mese di novembre 2013, che fa riferimento all'esercizio 2012.

Il rapporto rimanda al Bilancio Consolidato del Gruppo Snai del 31 dicembre 2012 per quanto riguarda i dati socio-economici, le politiche di gestione del lavoro e del lavoro.

Per i dati ambientali il perimetro di riferimento è limitato a Snai Spa e Festa Srl. La composizione delle società del Gruppo Snai e del Consiglio di Amministrazione è aggiornata al 26 aprile 2013.

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. - società partecipata in misura paritetica da Global Entertainment S.A. (società controllata da Investindustrial IV L.P.) e da Global Win S.p.A. (controllata da Venice European Investment Capital S.p.A.)
- Snai Spa: la società capogruppo
- Gruppo Snai: Snai Spa e le società sue controllate

Tutti i dati sono presentati con riferimento ai settori operativi di Snai Spa e delle controllate:

- con l'attività del Gruppo Snai e di Snai Spa, 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; videolotteries 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, Festa Srl, Immobiliare Valcarenga Srl, Società Trenno Srl, Snai Olé Sa, Snai France Sas, Teseo Srl (in liquidazione), Solar Sa, Hippogroup Roma Capanelle Spa, Alfea Spa, Connex Srl, Lexorfin Srl, Tivù + S.p.A. (in liquidazione, in concordato preventivo).

Principi di redazione

Il Bilancio Sociale 2012 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 Sociale 2012 sono:

- le diverse funzioni aziendali di Snai Spa e delle società controllate
- dati ufficiali diffusi da ADM (Agenzia dei Monopoli e delle Dogane) 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 2012.

Processo di Assurance

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



TAVOLA DI RIEPILOGO DEGLI INDICATORI GRI

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. 37-38 Diversificazione e innovazione la chiave dell'offerta; pag. 39-41 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
2.6	Assetto proprietario e forma legale	totale	pag. 16 Il profilo, III copertina
2.7	Mercati serviti (includendo analisi geografica, settori serviti, tipologia di consumatori/beneficiari)	totale	pag. 17-18 Snai si conferma leader nelle scommesse
2.8	Dimensione dell'Organizzazione	totale	pag. 17-18 Snai si conferma 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. 11 Le principali iniziative del 2012
Parametri del report			
3.1	Periodo di rendicontazione delle informazioni fornite (ad es. esercizio fiscale, anno solare)	totale	pag. 96 Nota metodologica
3.2	Data di pubblicazione del report di sostenibilità più recente	totale	pag. 96 Nota metodologica
3.3	Periodicità di rendicontazione	totale	pag. 96 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. 13 Nuovi strumenti di raccolta dati per il rapporto di responsabilità sociale 2012
3.6	Perimetro del report (paesi, strutture, joint venture, fornitori, ecc.)	totale	pag. 96 Nota metodologica
3.7	Dichiarazione di qualsiasi specifica limitazione dell'obiettivo o del perimetro del report	totale	pag. 96 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; pag. 96 Nota metodologica
3.10	Spiegazione degli effetti di qualsiasi modifica delle informazioni inserite nei report precedenti e motivazioni di tali modifiche	totale	pag. 91-92 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. 96 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. 99 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. 24-28 La governance
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 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. 74 Azionisti e investitori
4.14	Elenco degli stakeholder con cui l'organizzazione intrattiene attività di coinvolgimento	totale	pag. 7 La mappa degli stakeholder

8. ALLEGATI

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. 91 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. 70 Fornitori
Indicatori di performance ambientale			
EN3	Consumo diretto di energia suddiviso per fonte	parziale	pag. 84 Energia
EN4	Consumo indiretto di energia suddiviso per fonte energetica primaria	parziale	pag. 84 Energia
EN8	Prelievo totale di acqua per fonte	totale	pag. 85 Acqua
EN16	Emissioni totali dirette e indirette di gas ad effetto serra per peso	parziale	pag. 86 Emissioni e rifiuti
EN22	Peso totale di rifiuti per tipologia e per metodi di smaltimento	totale	pag. 87 Emissioni e 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. 62 Composizione: Snai è un'azienda "rosa"
LA2	Numero totale e tasso di turnover del personale, suddiviso per età, sesso e area geografica	parziale	pag. 62-63 Composizione: Snai è un'azienda "rosa"
LA4	Percentuale dei dipendenti coperti da accordi collettivi di contrattazione	totale	pag. 63 Composizione: Snai è un'azienda "rosa"
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. 64 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. 64 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. 63 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. 65 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. 65 Lo sviluppo del capitale umano come fattore strategico
Indicatori di performance sui diritti umani			
HR2	Fornitori sottoposti a verifiche in materia di diritti umani	totale	pag. 70 L'osservanza del Codice Etico presupposto fondamentale per lavorare con Snai
HR4	Numero totale di episodi legati a pratiche discriminatorie e azioni intraprese	totale	pag. 65 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
SO8	Valore monetario delle sanzioni significative e numero totale di sanzioni non monetarie per non conformità a leggi o regolamenti	totale	pag. 94-95 Contenzioso
Indicatori di responsabilità di prodotto			
PR5	Pratiche relative alla customer satisfaction, inclusi i risultati delle indagini volte alla sua misurazione	totale	pag. 56 Dialogo continuo con i clienti e offerta di prodotti sempre più adeguati
PR6	Conformità a leggi, standard e codici volontari relativi all'attività di marketing	totale	pag. 46 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. 94 Contenzioso

**Concept,
coordinamento
editoriale
e redazione**

Relazioni Esterne
Snai Spa

**Progetto grafico
e impaginazione**

Message
Borsa Italiana Gruppo

Photo credits

Stefano Grasso
Shutterstock
Getty Images
Gruppo Snai

Stampa

A & V Press
Milano

Milano, novembre 2013

*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

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

www.snai.it





RAPPORTO DI RESPONSABILITÀ SOCIALE 2012



www.snai.it