

POLITICA DI MARKETING RESPONSABILE

Lottomatica Group

Approvazione dal Consiglio d'Amministrazione
di Lottomatica Group S.p.A. del 27/02/2023

LOTTOMatica

INDICE

1. SCOPO DELLA POLICY	3
2. PRINCIPI GENERALI	3
3. AMBITO DI APPLICAZIONE	5
4. DIFFUSIONE E AGGIORNAMENTO	7

1. SCOPO DELLA POLICY

Lottomatica Group S.p.A. e le società da questa controllate (di seguito, complessivamente chiamate “**Gruppo Lottomatica**”) sono convinte che, per un futuro a lungo termine dell’industria di gioco, sia necessario perseguire una strategia di sviluppo sostenibile. In qualità di leader di mercato in Italia, il Gruppo Lottomatica ritiene di avere un ruolo fondamentale come modello di condotta nel promuovere innovazione ed eccellenza del business nel rispetto di tutti gli interlocutori, sia interni sia esterni all’azienda, con particolare attenzione a preservare il gioco come forma di intrattenimento, sana, sicura e responsabile.

Per questo motivo, l’azienda opera nel rispetto dei più solidi principi etici e morali lungo tutta la catena del valore, ascoltando e rispondendo anche proattivamente alle esigenze dei nostri clienti e delle nostre persone. Nella conduzione del business, la nostra priorità è tutelare i giocatori in qualunque fase della loro customer experience attraverso politiche di condotta responsabile, dalla fase di scelta e realizzazione dei nostri prodotti alla loro veicolazione attraverso tutti i canali e punti di contatto con cliente finale ed in generale con i consumatori.

Questo documento stabilisce gli standard di riferimento per un marketing improntato prima di tutto alla responsabilità, fornendo i principi relativi allo sviluppo e/o scelta dei prodotti, alla informazione e comunicazione sugli stessi e alla relativa commercializzazione, nel rispetto della normativa vigente e dell’impegno aziendale nel promuovere il Gioco Responsabile come chiave per la sostenibilità del business.

Quest’ultimo impegno è ulteriormente rafforzato dal presidio sulle attività descritte nella procedura dedicata al Gioco Responsabile “PA DIO 02 GBO Italy Responsible Gambling”, disponibile sulla intranet e sul sito aziendale.

2. PRINCIPI GENERALI

Nell’ambito del governo delle sue attività di business, il Gruppo Lottomatica si impegna a sviluppare la propria crescita in maniera sostenibile garantendo il rispetto dei seguenti principi:

RISPETTO DELLA LEGALITÀ

Il Gruppo Lottomatica, nel cui ambito sono ricomprese le società concessionarie dello Stato, opera nel settore del gaming nell’ambito di un contesto regolatorio definito e garantito dalle Istituzioni ed in particolare dall’Agenzia delle Dogane e dei Monopoli, autorità concedente nonché interlocutore primario per tutti i principali progetti di conduzione del business e di innovazione.

Il Gruppo Lottomatica non è solo tutore della legalità, ma è attore attivo al fianco delle istituzioni e del regolatore per condividere il proprio know-how e le proprie risorse, anticipare i trend e le aspettative dei principali stakeholder, contribuendo ad una evoluzione del settore in linea con le dinamiche di mercato nel rispetto dei requisiti di legge in materia di antiriciclaggio, anticorruzione, di tutela della privacy e di prevenzione del gioco minorile e patologico.

Qualunque iniziativa o programma di business deve garantire la compliance con le leggi vigenti, i regolamenti di settore, i vincoli e i dettami concessori nonché ogni altro codice e policy di condotta vigente in azienda.

TRASPARENZA

Il Gruppo Lottomatica promuove e declina il concetto di trasparenza in tutte le sue aree di azione, con particolare riferimento alle informazioni e alla comunicazione verso i suoi principali stakeholder, clienti, Autorità regolatorie, istituzioni, comunità locali, partner commerciali e fornitori.

In virtù del principio di trasparenza, il Gruppo Lottomatica ha adottato il Codice Etico e le società del Gruppo Lottomatica che svolgono attività rilevanti si sono dotate altresì ciascuna di un Modello di Organizzazione Gestione e Controllo ex D.Lgs. 231/01. Tale Modello si fonda su un sistema strutturato ed organico di documenti, tra cui procedure e istruzioni operative al fine di assicurare che il comportamento di tutti coloro che operano per suo conto o nel suo interesse sia sempre conforme ai principi di correttezza e di trasparenza nella conduzione degli affari e delle attività aziendali.

Con particolare riferimento ai giocatori, i termini delle offerte, le condizioni di gioco, la presentazione delle novità devono essere sempre rappresentati in maniera chiara, veritiera e inequivocabile, i contenuti devono essere sempre aggiornati e riportati in un linguaggio bilanciato e comprensibile per consentire un approccio sano e consapevole al gioco.

ATTENZIONE AI MINORI

Il Gruppo Lottomatica ritiene l'attenzione al Gioco Responsabile una componente centrale nella costruzione di una strategia di business sostenibile. In tal senso promuove e realizza un programma articolato di iniziative volte –tra l'altro– ad impedire qualunque forma di accesso al gioco da parte dei giocatori minorenni sia online sia nei punti vendita.

Nei punti vendita deve essere mantenuta alta l'attenzione e le attività per contrastare il gioco minorile, così come online i rigidi controlli tecnologici e la certificazione della piattaforma di gioco rendono il portale internet un luogo sicuro e non accessibile ai minori.

I prodotti e i programmi vengono realizzati evitando l'utilizzo di contenuti e linguaggi che possano lusingare o attirare bambini e ragazzi minorenni. Ogni comunicazione deve sempre riportare espressamente il divieto di gioco per i minori identificato dal relativo logo.

In tale ambito, oltre a quanto espressamente previsto nella procedura "PA DIO 02 GBO Italy Responsible Gambling", è stata formalizzata anche l'istruzione operativa "IO DIO 02 GBO Italy Verification Policy" relativa ai processi di verifica dell'identità e dell'età del giocatore, disponibile sulla intranet e sul sito aziendale

ATTENZIONE AL GIOCO ECCESSIVO

Nel rispetto delle linee guida del Gioco Responsabile, che mirano a prevenire comportamenti di gioco eccessivo, il Gruppo Lottomatica si impegna a prestare particolare attenzione ad evitare qualunque iniziativa e/o messaggio che possa risultare fuorviante rispetto ai comportamenti di gioco in particolare delle categorie più vulnerabili, ad esempio rappresentando lo stesso come una soluzione finanziaria o una alternativa al lavoro.

Oltre alla promozione delle informazioni e delle iniziative messe in atto dal Gruppo Lottomatica per riconoscere i comportamenti di gioco problematico e per difendersi da essi, quali ad esempio i test di autovalutazione dei comportamenti di gioco, la formazione del personale di vendita, il supporto alle associazioni che offrono aiuto sulla prevenzione e cura delle ludopatie, l'azienda si impegna a perseguire i suoi obiettivi di crescita attraverso iniziative sostenibili poiché indirizzate a target di consumatori informati e consapevoli.

PROMOZIONE DI UN MODELLO DI GIOCO RESPONSABILE

Il Gruppo Lottomatica promuove un modello di gioco responsabile e consapevole fornendo ai suoi clienti informazioni chiare, esaustive e imparziali. In questa ottica è nato anche il decalogo del gioco responsabile, uno strumento veicolato in qualunque contesto di contatto col gioco che enuclea le regole di condotta da seguire affinché il gioco resti tale.

In tale visione, ogni iniziativa di business deve porsi l'obiettivo ultimo di preservare e promuovere il concetto di gioco sano e contestualizzato nella dimensione e nelle possibilità del target di riferimento, in cui resti protagonista il divertimento, la sfida e la voglia di socializzare.

RISPETTO DEL TERRITORIO

Per generare valore sostenibile per tutti i propri stakeholder, il Gruppo Lottomatica si impegna a contribuire attivamente alla promozione della qualità della vita, allo sviluppo socioeconomico delle comunità in cui opera e alla formazione di capitale umano e capacità locali, svolgendo allo stesso tempo le proprie attività di business secondo modalità compatibili con una corretta pratica commerciale e sviluppo economico.

In tal senso, la scelta delle aree dove ubicare sedi operative o operare punti vendita o corner deve rispettare il contesto socio-urbano del quartiere, includendo nel caso della rete commerciale le dovute valutazioni sulla sicurezza e sulla vicinanza a luoghi sensibili, in collaborazione con i rappresentanti delle istituzioni locali e nel rispetto della normativa vigente.

3. AMBITO DI APPLICAZIONE

Questa policy è adottata dal Gruppo Lottomatica, con particolare riferimento alle attività di gestione e promozione del business e alle relative funzioni coinvolte.

La policy si affianca alla normativa vigente in termini di pratiche di gestione del gioco d'azzardo regolamentato nonché ai vincoli e dettami concessori recepiti nei diversi contratti, con l'obiettivo di supportare la compliance di tutte le iniziative di business con l'impegno del Gruppo Lottomatica per il Gioco responsabile, i relativi obiettivi e programmi.

In particolare, tutte le società del Gruppo Lottomatica agiscono e comunicano la propria attività in stretta conformità al Decreto Legge Balduzzi (art. 7 del D.L. 158/2012), che ha introdotto il divieto di messaggi pubblicitari di giochi con vincite in denaro e il successivo c.d. Decreto Dignità (D.L. 12 luglio 2018, n. 87, convertito con modifiche dalla Legge 9 agosto 2018, n. 96) che ha esteso tale divieto a "qualsiasi forma di pubblicità, anche indiretta [...] comunque attuata e su qualunque mezzo, incluse le manifestazioni sportive, culturali o artistiche, le trasmissioni televisive o radiofoniche, la stampa quotidiana e periodica, le pubblicazioni in genere, le affissioni ed internet"; e ha previsto alcuni ulteriori obblighi informativi verso la clientela VLT e AWP (art. 9 bis, commi 4 e 5).

Di seguito sono riportati i principi e le linee guida per tutti i segmenti di mercato in cui il Gruppo Lottomatica opera, relativi (i) allo sviluppo dell'offerta di gioco, (ii) alla comunicazione e informazione per i giocatori e in generale i potenziali utenti, (iii) alla veicolazione delle iniziative presso i canali fisici e online, per guidare i diversi attori della filiera in tutte le fasi del processo, garantendo l'attenzione centrale sul cliente.

(i) SVILUPPO DELL'OFFERTA

- Tutti i prodotti di gioco sono preventivamente valutati, certificati e approvati dall'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli (ADM);
- I giochi devono rispettare il payout stabilito dall'ente regolatore;
- Tutti i prodotti di gioco devono garantire la sicurezza dei giocatori attraverso soluzioni tecnologiche interne o di terze parti che assicurino la correttezza e l'integrità delle transazioni;
- Tutti i prodotti di gioco devono rispondere ai principi di correttezza e trasparenza nei confronti dei giocatori e delle istituzioni;
- I prodotti di gioco devono tutelare le categorie vulnerabili, i minori e rispettare le diversità culturali;
- Nel formulare l'offerta di gioco devono essere condotte tutte le buone pratiche per prevenire i danni derivanti dal gioco di azzardo.

(ii) COMUNICAZIONE e INFORMAZIONE

La comunicazione relativa all'offerta di gioco del Gruppo Lottomatica è finalizzata a fornire un'informazione trasparente affinché i destinatari non corrano il rischio di equivocare il contenuto del messaggio per via di omissioni, ambiguità o esagerazioni legate alle caratteristiche, ai costi, alle probabilità di vincita, alle condizioni per fruire dei bonus.

- Tutta la comunicazione online e offline deve avere il mero scopo di informare i clienti;
- La comunicazione deve essere trasparente, esaustiva, chiara e inequivocabile e definire l'impegno che il giocatore deve assumere per usufruire di un'offerta;
- Il tono di voce deve essere coerente con la finalità informativa del messaggio;
- Tutte le informazioni relative ai giochi devono essere facilmente e immediatamente reperibili nonché dimostrabili mediante evidenze documentali;
- Tutte le comunicazioni devono essere incentrate sul rispetto dei valori delle diverse culture (genere, razza, orientamento sessuale e religione);
- Il pubblico minorile non deve mai rappresentare il target delle comunicazioni sul gioco; non devono utilizzati testimonial o speaker minori di 25 anni, non deve essere fatta comunicazione su siti dedicati ai minori e deve essere effettuato il cd. age-gating per eventuali contenuti su piattaforme social o YouTube
- Le comunicazioni devono sempre riportare i termini associati alle offerte, in una logica di trasparenza e completezza
- È necessario informare i giocatori in merito agli strumenti per contrastare possibili condotte patologiche di gioco, includendo i riferimenti a linee o servizi di assistenza per disturbi da gioco d'azzardo

- Tutte le comunicazioni devono essere inviate nel rispetto della privacy dei consumatori e devono presentare un meccanismo chiaro e trasparente per coloro che non desiderano ricevere comunicazioni di carattere commerciale;
- Nessuna comunicazione deve essere indirizzata a soggetti vulnerabili;
- La comunicazione deve promuovere un comportamento di gioco sano e responsabile, non deve mai essere collegata a categorie come l'alcool o il fumo, e deve sempre riportare l'esposizione dei loghi 18+ e "gioca responsabile".

(iii) CANALI DI VENDITA

CANALE RETAIL

- I punti vendita devono rispettare le leggi nazionali, regionali e comunali in merito alle distanze nei luoghi sensibili;
- Nei punti vendita dedicati, deve essere segnalato in modo chiaro e ben visibile che l'accesso è riservato esclusivamente ai maggiorenni, anche mediante apposito controllo del personale;
- Nei punti vendita generalisti, i minori non devono avere accesso al gioco con vincita in denaro e tale legge deve risultare visibile alla clientela;
- Corretta informazione deve essere fornita in merito agli strumenti e ai riferimenti per contrastare possibili condotte patologiche di gioco;
- I giocatori devono essere puntualmente informati in merito al regolamento di gioco, alle probabilità di vincita e alla riscossione delle stesse;
- I giocatori devono essere informati sull'offerta di gioco disponibile all'interno dei punti vendita;
- Deve essere alimentato e facilitato il confronto e l'allineamento costante come strumento di ascolto e interazione tra la rete di vendita e l'azienda, con particolare attenzione alle tematiche di gioco responsabile.

CANALE ONLINE

- Per accedere al gioco online è obbligatorio essere maggiorenni, registrarsi indicando i propri dati personali e impostare i limiti economici;
- È obbligatorio consentire ai giocatori di autoescludersi dal gioco online per periodi limitati o permanenti; ai giocatori devono essere fornite corrette informazioni su come gestire l'autoesclusione;
- L'offerta di gioco deve essere sempre dichiarata in modo trasparente, esaustiva, chiara e inequivocabile;
- La privacy dei giocatori deve essere sempre tutelata e rispettata;
- I clienti, il cui comportamento di gioco viene considerato anomalo, possono essere interdetti dal gioco online;
- Corretta informazione deve essere fornita in merito agli strumenti e ai riferimenti per contrastare possibili condotte patologiche di gioco;
- Il regolamento di gioco e delle offerte deve risultare sempre chiaro e accessibile;
- Le probabilità di vincita devono essere consultabili in qualsiasi momento;
- La sezione dedicata al "gioco responsabile" deve essere facilmente accessibile e consultabile da tutti i visitatori.

FORMAZIONE

- La formazione sui temi di gioco responsabile deve essere erogata a tutti i dipendenti e ai responsabili dei punti vendita non generalisti con l'obiettivo di fornire competenze specifiche per la prevenzione del gioco minorile, per il contrasto del gioco problematico e del disturbo da gioco d'azzardo;
- Il Gruppo VIP (gestione dei clienti più importanti) deve essere formato in modo specifico e approfondito per l'individuazione di condotte anomale di gioco al fine di formulare l'analisi del rischio del giocatore e prevenire comportamenti a rischio;
- Gli impiegati del marketing e della comunicazione dovranno operare in base linee di guida, ed essere correttamente informati sul loro ruolo e sulla responsabilità sociale;
- I contratti del Gruppo Lottomatica con i partner commerciali devono prevedere l'adesione ed il rispetto del codice di condotta dell'Azienda.

4. DIFFUSIONE E AGGIORNAMENTO

La presente politica è disponibile sulla intranet aziendale e presso i responsabili delle funzioni di business, che ne garantiscono la diffusione e la conoscenza da parte delle risorse nell'ambito delle proprie strutture organizzative nonché l'applicazione nel proprio perimetro di attività. La conoscenza e il rispetto della policy riguardano tutti gli interlocutori interessati, ivi inclusi eventuali fornitori esterni, partner commerciali, agenzie creative, ecc.

La Policy viene aggiornata periodicamente su indicazione del Comitato ESG coerentemente con l'evoluzione della normativa di riferimento, delle politiche di Gioco Responsabile dell'azienda e delle evidenze di settore.

LOTTOMatica

www.lottomaticagroup.com