

EUROBET

REPORT INTEGRATO 2022



SOMMARIO

4 LETTERA AGLI STAKEHOLDER

7 GUIDA ALLA LETTURA

9 IL QUADRO DI SINTESI DELL'ORGANIZZAZIONE

- 10 Visione, Missione, Valori
- 11 Assetto proprietario e strutture operative
- 13 Storia
- 14 Dati di sintesi

17 LA GOVERNANCE DELL'AZIENDA

- 20 Il governo d'impresa
- 22 Il modello di controllo
- 24 Codice etico
- 25 Certificazioni

27 IL MODELLO DI BUSINESS

- 28 Descrizione del contesto esterno
- 30 L'offerta di Eurobet
- 38 Innovazione e ingaggio degli stakeholder per lo sviluppo dell'online
- 40 La creazione di valore condiviso per Eurobet
- 42 Il coinvolgimento degli stakeholder
- 43 Matrice di Stakeholder Engagement
- 44 La matrice di materialità
- 46 Il pilastro della nostra strategia di sostenibilità: il gioco responsabile
- 49 Rischi e opportunità
- 50 Strategia di sostenibilità

61 LE DIMENSIONI ESG

- 62 Sostenibilità Ambientale
- 64 La misurazione della Carbon Footprint
- 68 Le performance dell'azienda
- 74 Sostenibilità Sociale
- 76 Il Punto vendita del futuro, tra socialità e digitalizzazione
- 78 Le attività a supporto della comunità locale e del territorio
- 80 Le attività a sostegno del benessere dei dipendenti
- 82 Le iniziative a supporto delle persone
- 84 Le performance dell'azienda
- 92 Sostenibilità Economica
- 96 Il ruolo del marketing nelle politiche di protezione del consumatore
- 98 Le performance dell'azienda

103 IL METODO DI REDAZIONE

- 104 I confini del Report Integrato
- 104 I principi di redazione
- 106 Indicatori GRI
- 109 Glossario

Lettera agli Stakeholder



GRI 2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile

Con il report 2022 si chiude il primo ciclo di azioni e progetti della strategia triennale lanciata nel 2020 e sintetizzata con la prima matrice di materialità.

I tre anni appena conclusi sono stati caratterizzati da eventi straordinari per tutti noi: la pandemia, il *lockdown*, lo scoppio della guerra russo-ucraina, la corsa dell'inflazione e l'emergenza energetica hanno cambiato le prospettive di tutti noi, portandoci a rivedere anche dei modelli consolidati che, probabilmente, in un contesto diverso non sarebbero stati stravolti come in realtà avvenuto.

Eurobet in questo periodo, così come tante altre realtà del nostro sistema economico, ha fortemente innovato il proprio modo di fare impresa, integrando sempre di più le esigenze del business con il rispetto per l'ambiente e l'attenzione per i suoi impatti sociali.

Dedichiamo i nostri sforzi ed il nostro impegno alle persone, a cominciare da quelle che ogni giorno contribuiscono alla crescita della nostra azienda. Quest'anno perciò - tra i numerosi programmi che sono illustrati in questo terzo Bilancio di Sostenibilità - voglio soffermarmi, in particolare, sulle nostre persone quale centro indiscusso della strategia e dei temi ESG connessi.

Quando abbiamo iniziato a lavorare sui temi della responsabilità sociale avevamo chiaro il nostro obiettivo: chiunque entra nel mondo Eurobet deve sentirsi parte del progetto, ritrovare nelle azioni implementate un valore di appartenenza.

Per questo siamo impegnati, forti dell'appartenenza ad un gruppo internazionale come Entain, in un profondo lavoro di creazione di una cultura che pone al centro i valori di diversità, equità ed inclusione:



insieme, puntiamo a creare un futuro senza disparità, senza barriere, senza gap da colmare.

Lo sport è parte integrante del nostro DNA, sinonimo di passione e straordinario strumento di socializzazione e di educazione. Per questo abbiamo ampliato il Welfare aziendale attraverso il progetto *Wellbeing For Good*, un progetto dedicato al miglioramento del benessere psico-fisico attraverso lo sport che ha permesso a centinaia di colleghi di praticare padel, canottaggio, yoga, *running* durante la pausa pranzo o al termine della giornata lavorativa, nello spirito di favorire sempre di più un giusto equilibrio tra vita personale e vita professionale.

Le persone sono state il motore di tutte le nostre iniziative, ideate e realizzate per rafforzare i rapporti con i diversi attori della filiera, fatta di aziende, amministrazioni locali e realtà del terzo settore, con l'obiettivo di sviluppare progettualità sempre più efficaci in grado di restituire al meglio al territorio parte del valore generato dalla nostra azienda.

A dicembre 2022 abbiamo dato vita al nostro primo CSR Event, iniziativa realizzata con il supporto della Fondazione Entain e dedicata al sostegno delle realtà del terzo settore impegnate quotidianamente in tutta Italia nello sviluppo di progetti di inclusione sociale attraverso la pratica sportiva. L'evento è stata un'occasione di confronto tra rappresentanti delle istituzioni e dello sport, ma soprattutto un modo di creare sinergie tra esperienze diverse, valorizzando

dieci progetti di altrettante associazioni in grado di produrre benefici pluriennali, attraverso lo sport, per un numero significativo di ragazzi e ragazze.

Nel 2022 abbiamo avviato anche il progetto NetZero, in linea con gli obiettivi del nostro Gruppo, con il quale ci poniamo l'ambizioso obiettivo di azzerare, entro il 2035, le emissioni nette di carbonio in tutte le nostre operazioni. Abbiamo iniziato a lavorare ad una strategia triennale, operativa dal 2023, che prevede azioni sulle nostre sedi, in generale sui nostri consumi e quelle da sviluppare in collaborazione con nostri partner e fornitori, nonché le azioni di compensazione e le buone prassi da adottare da parte di tutti quanti fanno parte del mondo Eurobet.

Da ultimo, ma non per importanza, il nostro impegno verso i clienti, ai quali abbiamo dedicato parte importante delle nostre energie al fine di implementare strumenti innovativi ed efficaci per garantire un gioco realmente Responsabile. In tale ambito, fiore all'occhiello delle nostre iniziative, è certamente l'implementazione sui nostri sistemi di ARC (Advanced Responsibility & Care), un sistema di intelligenza artificiale che, attraverso strumenti di analisi predittiva, consente di prevenire eventuali comportamenti potenzialmente a rischio da parte dei nostri consumatori.

Lavoriamo tutti i giorni per migliorare la qualità nell'esperienza di gioco dei nostri utenti, consapevoli che per essere realmente sostenibili dobbiamo essere in grado di prevenire comportamenti a rischio per la salute dei nostri clienti.



Andrea Faelli
CEO



Guida alla lettura

Il report è composto da **quattro parti** e da un'appendice.

01

La prima parte descrive in maniera essenziale l'**organizzazione**, la sua identità, la storia e il suo assetto proprietario.

02

La seconda parte riporta gli organi, i **principi** e le **procedure** di cui l'azienda si è dotata per la sua corretta gestione.

03

La terza parte dettaglia come l'organizzazione utilizza i **"capitali" finanziari e non finanziari** (vedi "Glossario" a pag. 109) per generare valore, quali impatti, rischi ed opportunità sono legati a questo processo, quali sono le strategie che abilitino una creazione di valore duratura e condivisa.

04

La quarta parte entra nel dettaglio dei **risultati conseguiti**, le attività e gli obiettivi dell'azienda declinate nelle dimensioni ESG, ossia ambientali (Environment) Sociali (Social) ed economiche (Governance).

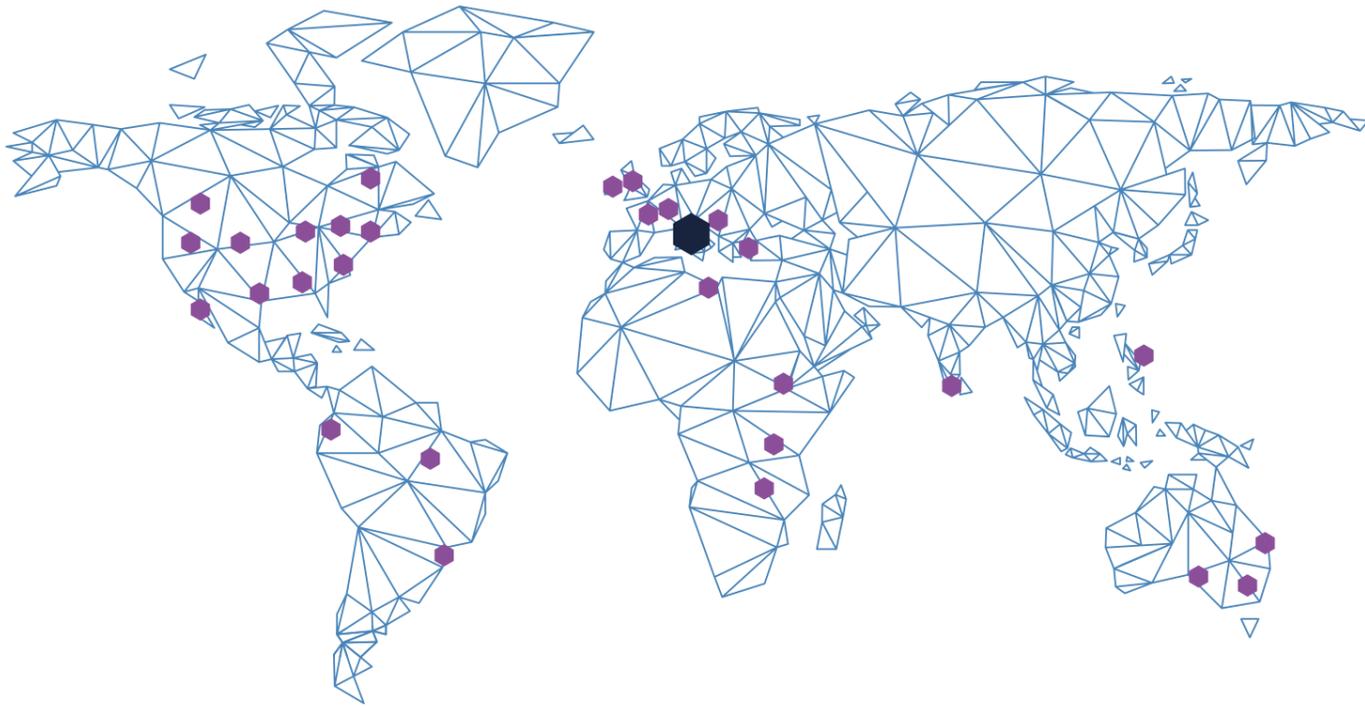
05

L'appendice contiene i riferimenti utilizzati per la redazione del report, l'indice degli indicatori GRI utilizzati e un glossario per una miglior comprensione di alcune terminologie utilizzate.

Il quadro di sintesi dell'organizzazione

*In questa prima parte viene descritta in maniera essenziale
l'organizzazione, la sua identità, la storia, l'assetto
proprietario e i dati principali che la rappresentano.*

Il quadro di sintesi dell'organizzazione



Visione, Missione, Valori



VALORI
 Innovazione
 Professionalità
 Gioco di squadra
 Passione
 Orientamento al cliente

VISIONE
 Soddisfare clienti, azionisti e dipendenti attraverso lo sviluppo di un gioco tempestivo, innovativo e affidabile.

MISSIONE
 Essere il leader dei mercati di riferimento in grado di attrarre talenti e risorse, attraverso un'esperienza di gioco innovativa, entusiasmante e coinvolgente.

Assetto proprietario e strutture operative



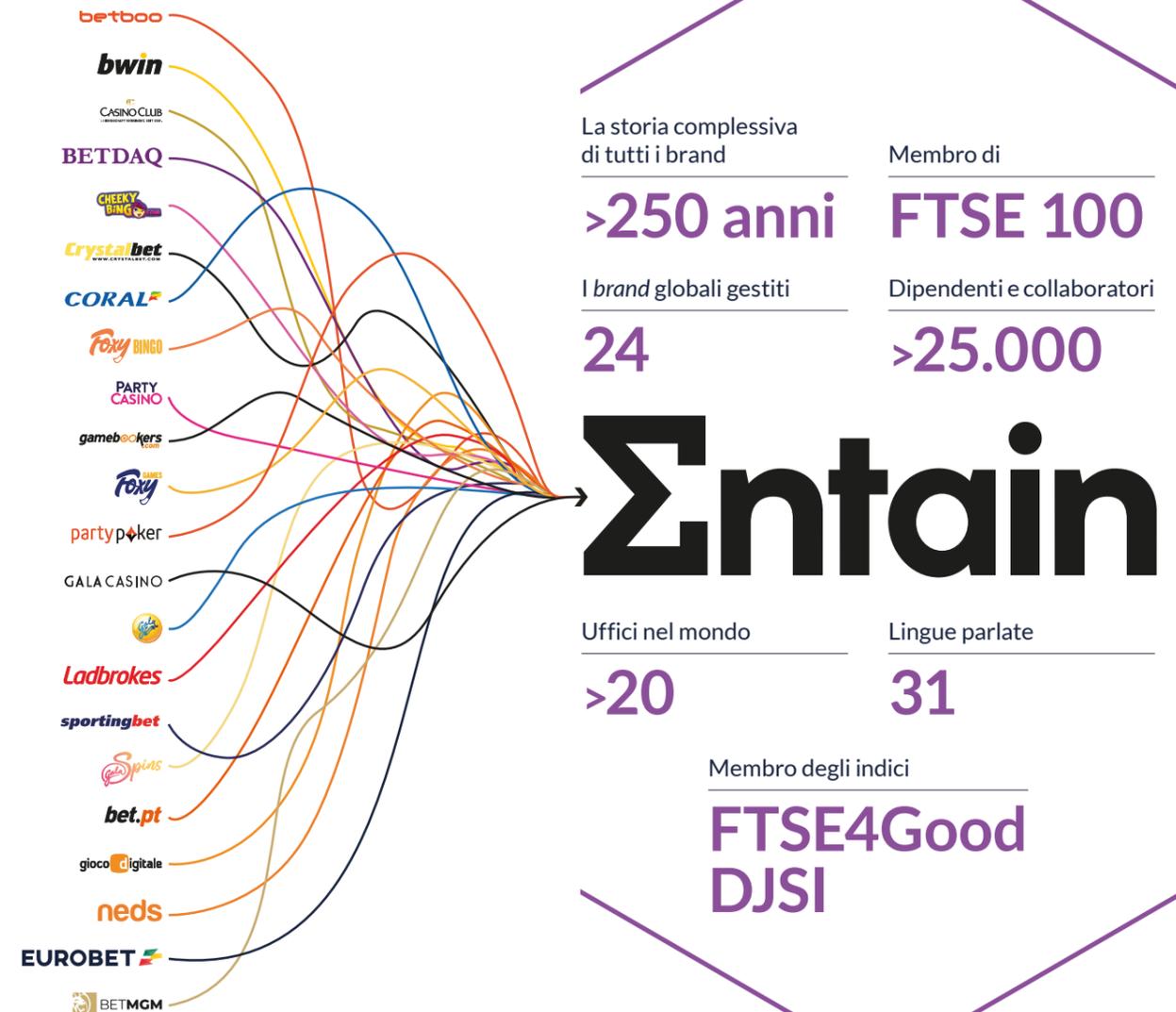
GRI 2-1 Dettagli organizzativi

GRI 2-2 Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione

Eurobet Italia S.r.l., con sede principale in Roma, è un concessionario di Stato per la raccolta delle scommesse sportive ed ippiche; svolge la sua attività attraverso una **rete di circa 1.000 punti vendita** distribuiti

sull'intero territorio nazionale nonché attraverso il **canale online**. Nata nel 1995, oggi è parte del **Gruppo Entain PLC** quotato alla borsa di Londra, leader nel settore dei giochi e delle scommesse con oltre 100 licenze

in mercati regolamentati dei cinque continenti. **Entain** conta circa **25.000 dipendenti** in **oltre 20 uffici operativi**, gestisce **24 brands** iconici nel mondo del *gaming* sia online che nei migliaia di punti della propria rete fisica.



Il quadro di sintesi dell'organizzazione

UNA CRESCITA COSTANTE
DI ESPERIENZA E CONOSCENZA
DA OLTRE **25** ANNI

Storia

EUROBET

2020

2022

Acquisizione
Concessionario
"Agenzia M3"

2020

Nel Dicembre del 2020 nasce
Entain il nuovo brand da inizio
ad una nuova filosofia alla
base del business ovvero
rivoluzionare il gioco per creare
puro intrattenimento.

Entain

2019

Nel 2019 Eurobet Italia
si espande nel mercato
italiano, cambia la propria sede
operativa trasferendosi in zona
Flaminio a Roma dove, ad oggi,
lavorano quasi 400 persone.
La rete di vendita conta circa
1.000 punti vendita.

EUROBET

2016

2016-2018

Tra il 2016 e il 2018 il Gruppo
cambia veste, prima diventando
Ladbrokes Coral plc,
specializzato nel retail britannico
e successivamente GVC Group,
operatore internazionale digital
con oltre 30.000 dipendenti.

GVC

2006

Dal 2006 Eurobet Italia entra
nel mercato retail del betting
italiano attraverso la partecipazione
al bando cd. «Bersani» aggiudicandosi
poco meno di 300 diritti e, negli
anni successivi, consolida la propria
posizione retail partecipando a tutti
i bandi di gara per i punti vendita.

2006

EUROBET

1995

Eurobet viene fondata,
in Inghilterra, nel 1995
e diventa, in un breve lasso
di tempo, una delle prime
società ad offrire servizi
di gioco online.

1999-2005

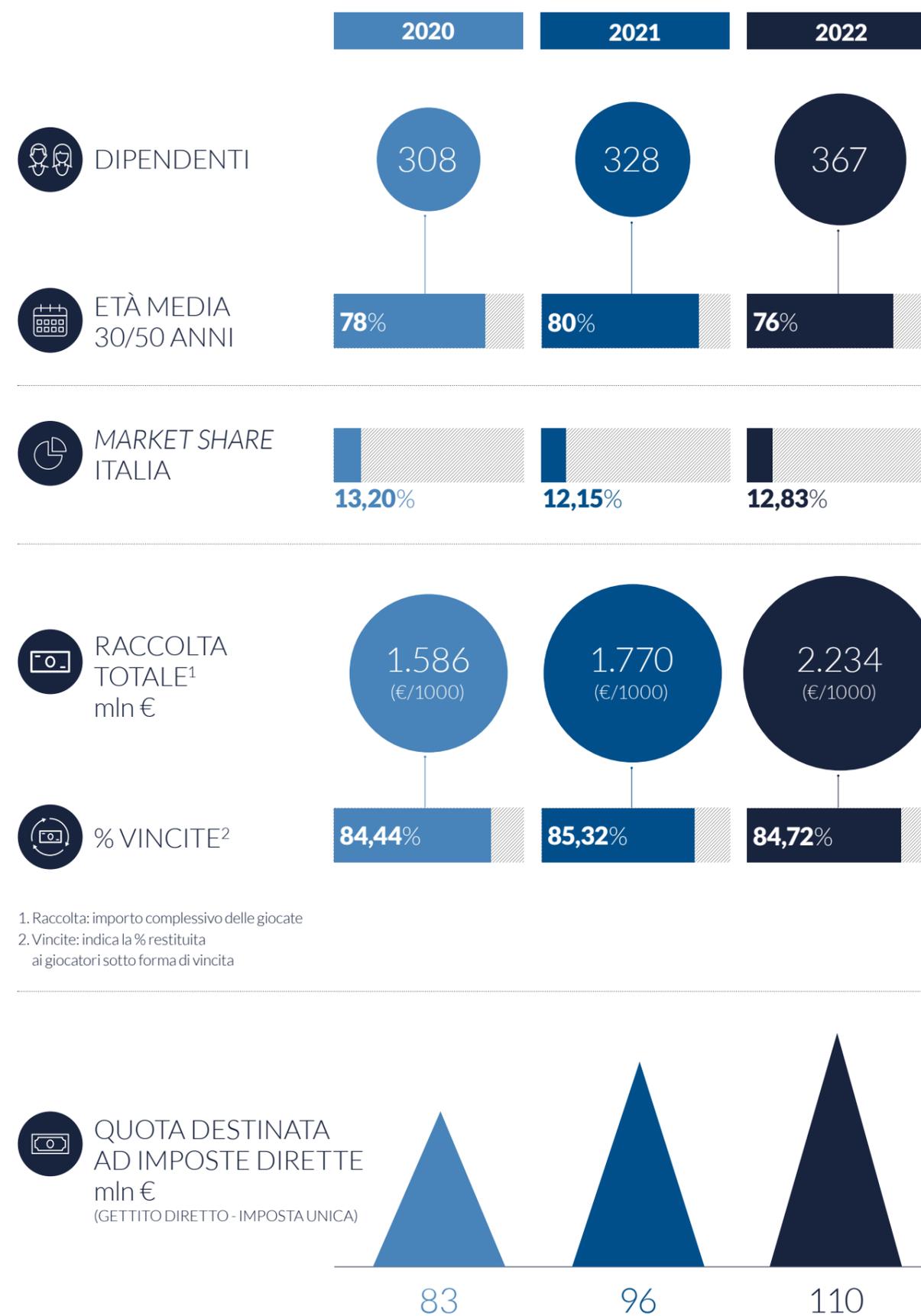
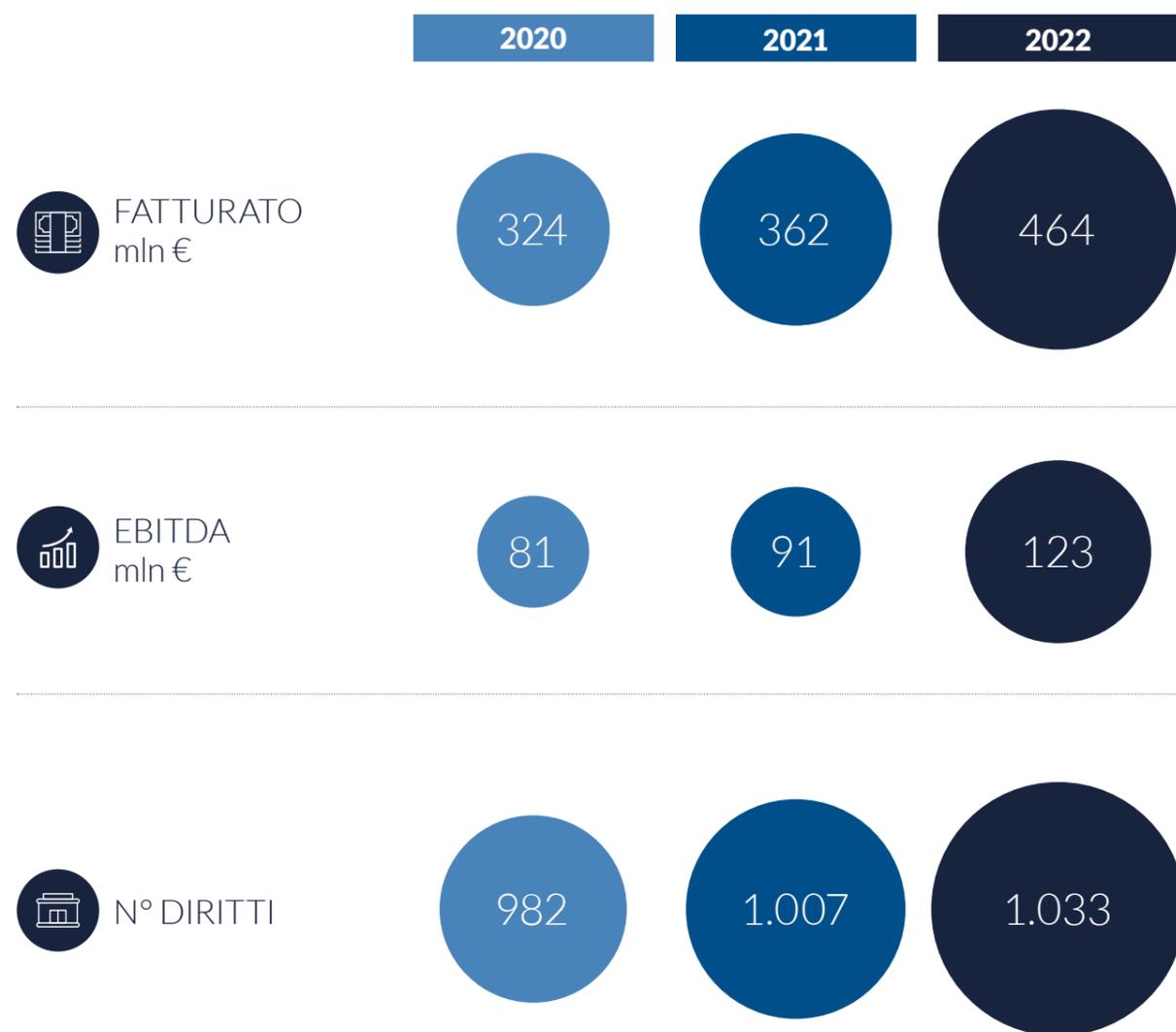
Tra il 1999 e il 2005 a seguito
di una serie di acquisizioni
di operatori internazionali
entra a far parte del Gruppo
Gala Coral, società leader
nel mercato delle
scommesse in Europa.

Il quadro di sintesi dell'organizzazione

Dati di sintesi

 **GRI 2-6** Attività, catena del valore e altri rapporti di business
GRI 2-7 Dipendenti

Pur in un contesto nazionale ed internazionale caratterizzato da forti tensioni (dalla fine del periodo pandemico all'inizio del conflitto russo-ukraino e le conseguenti ricadute sui costi delle materie prime e più in generale dell'inflazione) il risultato deve intendersi positivo in quanto, anche per questo esercizio, tali incertezze non hanno impedito la crescita della società.



1. Raccolta: importo complessivo delle giocate
 2. Vincite: indica la % restituita ai giocatori sotto forma di vincita

La governance dell'azienda

La seconda parte riporta gli organi di governo, i principi e le procedure di cui l'azienda si è dotata per la sua corretta gestione.

La governance dell'azienda

Il governo d'impresa

 **GRI 102-18** Descrizione della struttura di *governance*
GRI 102-23 Presidente del massimo organo di governo

La struttura di *corporate governance* adottata da Eurobet è fondata sul modello organizzativo tradizionale:

- **Assemblea degli azionisti**
(competente a deliberare in ordine alle materie previste dalla legge e dallo Statuto sociale)
- **Consiglio di Amministrazione**
(a cui è affidata la gestione della Società)
- **Collegio Sindacale**
(a cui è affidata la funzione di vigilanza)

Il bilancio della società è assoggettato a revisione legale. Il Consiglio di Amministrazione è investito dei più ampi poteri per l'ordinaria e la straordinaria amministrazione, con la facoltà di compiere tutti gli atti che ritenga opportuni per il raggiungimento dell'oggetto sociale, esclusi quelli che la legge riserva all'Assemblea. Il Consiglio di Amministrazione, nominato dall'assemblea dei soci rimarrà in carica sino alla revoca.

CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE DI EUROBET ITALIA SRL UNIPERSONALE

1. Robert Matthew Wood (Presidente del CdA)
2. Andrea Faelli
3. Mariarosaria Carlesimo
4. Antonio Izzo
5. Alessandro Orlandi

COLLEGIO SINDACALE

1. Felice De Lillo (Presidente del Collegio Sindacale)
2. Pierfrancesco Argentino
3. Ascenzino Biancari

ORGANISMO DI VIGILANZA

1. Alfonso Dell'Isola (Presidente OdV)
2. Riccardo Amatucci
3. Alessandro Orlandi



La governance dell'azienda

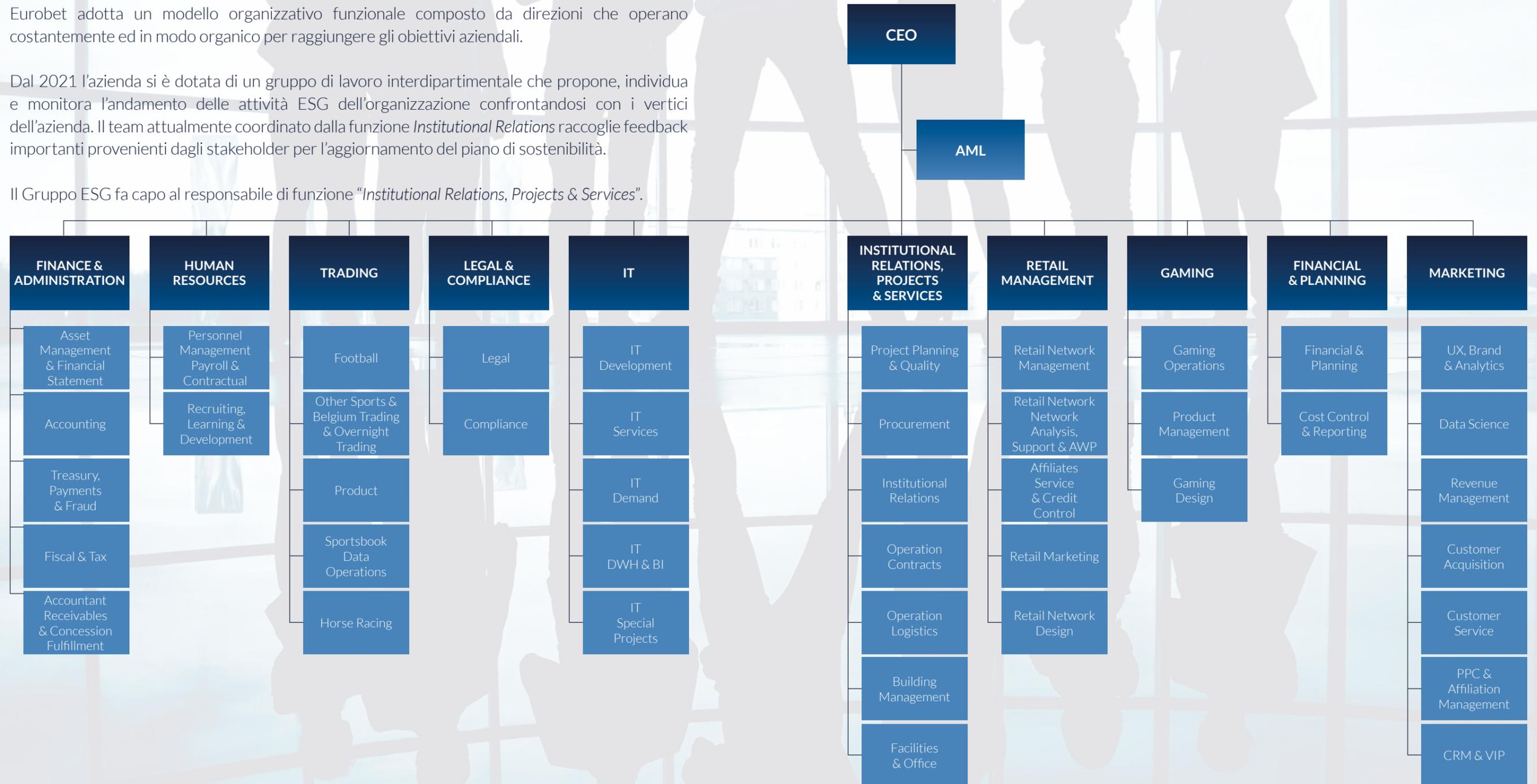
Il governo d'impresa

 **GRI 2-9** Struttura e composizione della governance
GRI 2-11 Presidente del massimo organo di governo

Eurobet adotta un modello organizzativo funzionale composto da direzioni che operano costantemente ed in modo organico per raggiungere gli obiettivi aziendali.

Dal 2021 l'azienda si è dotata di un gruppo di lavoro interdipartimentale che propone, individua e monitora l'andamento delle attività ESG dell'organizzazione confrontandosi con i vertici dell'azienda. Il team attualmente coordinato dalla funzione *Institutional Relations* raccoglie feedback importanti provenienti dagli stakeholder per l'aggiornamento del piano di sostenibilità.

Il Gruppo ESG fa capo al responsabile di funzione "*Institutional Relations, Projects & Services*".



Il modello di controllo



GRI 205-1 Operazioni valutate per determinare i rischi relativi alla corruzione
GRI 205-3 Incidenti confermati di corruzione e misure adottate
GRI 206-1 Azioni legali relative a comportamento anticompetitivo, attività di trust e prassi monopolistiche

MODELLO DI ORGANIZZAZIONE, GESTIONE E CONTROLLO EX D.LGS. 231/2001

Dal 2011 Eurobet ha adottato un “**Modello di organizzazione, gestione e controllo**” ai sensi del D.Lgs. 231/01, normativa che ha introdotto nell’ordinamento giuridico italiano la responsabilità amministrativa degli enti.

Il Modello tiene conto delle caratteristiche strutturali e organizzative della società e viene periodicamente aggiornato rispettando quanto previsto nel Codice Etico e formando con esso un corpus di norme interne finalizzate alla diffusione di una cultura improntata all’etica ed alla trasparenza aziendale.

Il Modello 231 costituisce il fondamento del sistema di governo della Società ed è funzionale all’implementazione del processo di diffusione di una cultura d’impresa ispirata alla correttezza, alla trasparenza e alla legalità. Il Modello si propone, inoltre, le seguenti finalità:

- Fornire un’adeguata informazione ai dipendenti, a coloro che agiscono su mandato della Società o sono legati alla Società stessa da rapporti rilevanti, con riferimento alle attività che comportano il rischio di commissione di reati;
- Diffondere una cultura d’impresa che sia basata sulla legalità, in quanto la Società condanna ogni comportamento non conforme alla legge o alle disposizioni interne;
- Diffondere una cultura del controllo e di **risk management**;
- Attuare un’efficace ed efficiente organizzazione dell’attività di impresa, ponendo l’accento in particolar modo sulla formazione delle decisioni e sulla loro trasparenza e tracciabilità, sulla responsabilizzazione delle risorse dedicate all’assunzione di tali decisioni e delle relative attuazioni, sulla previsione di controlli, preventivi e successivi, nonché sulla gestione dell’informazione interna ed esterna;
- Attuare tutte le misure necessarie per ridurre il più possibile e in breve tempo il rischio di commissione di reati, valorizzando i presidi in essere, atti a scongiurare condotte illecite.
- Come previsto dalla normativa in materia, è stato costituito un idoneo Organismo di Vigilanza, preposto a vigilare sul funzionamento, sull’osservanza del Modello curandone l’aggiornamento. Tale attività è svolta attraverso la ricezione di periodici flussi informativi da parte delle Funzioni aziendali e l’organizzazione di riunioni, comprendenti anche attività di *audit*.
Nel corso del 2021, così come negli esercizi precedenti, non sono stati segnalati o accertati casi di corruzione nei quali siano stati coinvolti dipendenti o amministratori.



La governance dell'azienda

Codice etico



Il Codice Etico individua le linee guida di condotta aziendale ed è parte integrante del Modello ex D.Lgs. 231/01. Eurobet ha adottato il proprio Codice Etico, approvato dal Consiglio di Amministrazione nel 2014 ed aggiornato nel 2020, recepisce e formalizza i principi ed i valori etico-sociali di cui debbono essere permeati il comportamento della Società e dei destinatari in generale.

Il Codice Etico esprime i principi etici, intesi come diritti, doveri e responsabilità che sono alla base dell'attività aziendale prevista nell'oggetto sociale e della gestione degli affari che la società intraprende per realizzare la *vision* e perseguire la *mission* nel rispetto delle normative vigenti, dei contratti di lavoro e delle procedure interne. Assolve alla funzione di guida per i dipendenti e per tutti coloro che operano in nome e per conto della Società, con lo scopo di prevenire condotte illecite o comunque non eticamente corrette sia nei rapporti interni che esterni all'azienda e per tutti coloro che operano a vario titolo con la Società, con la precisazione che Eurobet è intenzionata a mantenere rapporti con i soggetti terzi che condividono il contenuto dello stesso nel rispetto della normativa vigente.

Il Modello di organizzazione, gestione e controllo e il Codice Etico sono disponibili sul sito di Eurobet Italia.



Certificazioni

La **certificazione di sistema ISO 9001** ha l'obiettivo del miglioramento continuo delle prestazioni aziendali e della soddisfazione del cliente, attraverso un sistema di gestione della qualità e relativi protocolli idonei alla natura delle attività, dei prodotti e dei servizi.



Il modello di business

La parte seguente dettaglia come l'organizzazione utilizza i "capitali" finanziari e non finanziari per generare valore, gli impatti, rischi ed opportunità sono legati a questo processo e il percorso che conduce alla strategie che abilitano una creazione di valore duratura e condivisa.

Il modello di business

Descrizione del contesto esterno

Eurobet Italia opera nel **mercato dei giochi con vincite in denaro**, ovvero l'offerta di gioco regolamentata dal Ministero dell'Economia e delle Finanze (MEF) e dall'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli (ADM).

Nel 2022 il Mercato dei Giochi in Italia ha raggiunto il **valore netto riferibile alla spesa di 20,4 miliardi di euro**.

Tutti gli indicatori di mercato di cui ai dati sotto, fanno registrare valori in crescita rispetto a quelli del biennio precedente (impattati dagli effetti della pandemia) grazie in particolare al buon andamento del comparto online.

Eur/mld	2020	2021	2022
RACCOLTA TOTALE*	88	111	136
VINCITE*	75,2	95,6	115,6
SPESA REALE DEL PUBBLICO*	12,8	15,3	20,4
PRELIEVO ERARIALE	6,7	7,7	11

Fonte Agenzia dei Monopoli (ADM).

*Tutti i dati sono presentati escludendo i dati relativi al comma 7 ed includendo il canone concessorio ADI e Legge di Stabilità 2015.

Il 2022 è stato, per l'Italia, l'anno delle elezioni per il rinnovo del Parlamento, che hanno portato alla formazione di una nuova maggioranza ed alla conseguente nascita di un nuovo Governo. Tra le prime azioni intraprese da quest'ultimo, con la Legge di Stabilità per il 2023, è stata prevista la proroga onerosa delle concessioni per la raccolta delle scommesse, sia *retail* che online, fino al 31 dicembre 2024.

Il Governo ha accompagnato la proroga, resasi necessaria visto l'approssimarsi della scadenza (dicembre 2022) di molte concessioni, con un provvedimento di pianificazione che dovrebbe portare, nell'arco di tempo dei prossimi 24 mesi, al riordino complessivo del settore ed all'indizione di nuove gare per la selezione degli operatori e l'affidamento in concessione della raccolta dei giochi. In particolare, il Governo ha inserito il riordino tra gli obiettivi della legge delega sulla riforma fiscale, ravvisando la necessità e l'improcrastinabilità del riordino del settore dei giochi. Il punto di partenza, come per il precedente Governo, potrebbe essere il contenuto del documento prodotto dalla Conferenza Stato-Regioni del settembre del 2017 rimasto da allora inattuato. L'articolo 13 della Delega appare, infatti, ispirata alla stessa filosofia e contiene molti dei principi già oggetto di discussione: la salvaguardia dell'ordine pubblico con la riconferma del modello concessorio, la tutela della salute del giocatore consumatore e il forte contrasto ad ogni forma di illegalità e irregolarità.

In attesa che questo processo si compia, il mercato appare caratterizzato da tre *macrotrend*:

- 1. Le potenzialità della multicanalità:** si conferma il buon andamento del mercato online la cui crescita si rileva maggiore per gli operatori che possono sfruttare anche le sinergie con la rete fisica. Si segnala tuttavia che, la prolungata chiusura dei punti vendita a causa del covid ed alcuni vuoti normativi creatisi in attesa del citato riordino, hanno consentito lo sviluppo ad una rete di punti vendita cd. PVR (punto vendita ricarica) il cui perimetro di azione dovrebbe limitarsi alla sola promozione dei servizi online dei concessionari autorizzati. In realtà la legittimazione di questa tipologia di punti vendita ed un loro eventuale processo di autorizzazione, appaiono non più rinviabili, anche in ragione delle diverse forme di irregolarità già riscontrate dai competenti organi di controllo.
- 2. Processo di concentrazione del mercato:** il settore, pur restando molto competitivo soprattutto se paragonato ad alcuni mercati esteri, vede una sempre maggiore concentrazione di attività in capo a soggetti di grandi dimensioni e molto strutturati. Il processo, molto simile a quello di altri contesti maturi del nostro sistema economico, appare ancora in evoluzione, con possibili ulteriori fenomeni di concentrazione nel prossimo futuro ed una generale tendenza alla redistribuzione delle filiere distributive.
- 3. Gioco sostenibile:** si rileva un'attenzione diversa verso i grandi gruppi del settore ai temi della sostenibilità, soprattutto quelli che impattano realmente i territori in cui si opera. È un tema strettamente connesso al punto precedente, i consumatori si aspettano buone pratiche da brand e *retailer*, pongono particolare attenzione nelle scelte di acquisto e sono sempre più responsabili nei comportamenti. Rispondere a queste esigenze significa investire nel cambiamento che a 360 gradi investe tutta l'azienda sin dai suoi valori ed a cascata l'intera catena del valore generata.

Il modello di business

L'offerta di Eurobet



GRI 102-2 Attività, marchi, prodotti e servizi

Eurobet opera nel mercato delle scommesse da oltre 20 anni: presenza sul territorio, prodotti innovativi e attenzione ai propri partner (consumatori e *franchisee*) sono gli elementi che hanno permesso alla società di diventare leader nel mercato dei giochi pubblici.

RETAIL

I punti vendita dislocati sull'intero territorio nazionale rappresentano il cuore pulsante dell'azienda. Caratterizzati da tecnologie all'avanguardia, *layout* semplici ma moderni e affidabilità dei propri partner svolgono per la società un ruolo strategico nella restituzione di valore ai territori in cui l'azienda opera poiché canali preferenziali di dialogo con gli stakeholder locali.

Eurobet ha sviluppato un modello operativo che garantisce ai propri partner un'assistenza a 360 gradi che spazia dal supporto per l'individuazione e la progettazione del punto vendita all'assistenza per l'ottenimento delle autorizzazioni necessarie fino alla fornitura di piattaforme e prodotti tecnologicamente all'avanguardia.



La rete fisica, di circa 1000 punti vendita, è suddivisa in:

- **Negozi di gioco:** luoghi all'interno dei quali il gioco è l'attività principale. Si caratterizzano per un *layout* semplice ma accattivante. Sono luoghi di intrattenimento ma anche di socialità, aperti a tutti gli appassionati di sport e giochi che vogliono vivere un'esperienza di svago in condivisione.

Da questo obiettivo nasce il *format* Eurobet Café, una *location* dal concept innovativo che pone al centro i servizi per il cliente e l'intrattenimento nel senso più ampio del termine.

- **Corner:** ovvero "angoli di gioco" che si collocano all'interno di esercizi commerciali che hanno attività principale diversa dal gioco quali bar, tabacchi e centri commerciali. Pur mantenendo i concetti principali adottati per i negozi, si pongono quale obiettivo di integrarsi all'interno del punto vendita senza alterarne la destinazione. *Layout* funzionale e massimizzazione dell'esperienza sono i cardini del concept realizzato per questi spazi.

Il modello di business

RETAIL

Prodotti

- **Scommesse sportive:** attraverso un palinsesto di **200.000** eventi *live* annui, **25** sport coperti, per un totale di circa **350.000** eventi/anno scommesse ippiche: corse di trotto, galoppo in piano e a ostacoli, in programmazione negli ippodromi italiani ed esteri.
- **Scommesse ippiche:** corse di trotto, galoppo in piano e a ostacoli, in programmazione negli ippodromi italiani ed esteri.
- **Scommesse virtuali:** basate su eventi sportivi ed ippici simulati grazie ad un software che ricrea eventi sportivi (calcio, tennis, cavalli...). Eurobet garantisce almeno quattro canali all'interno dei punti vendita, frutto di importanti partnership con i principali fornitori internazionali.

Tecnologia utilizzata

Un ambiente creato per chi desidera giocare e ama lo sport:

- **Monitor e videowall:** per seguire eventi sportivi di ogni genere trasmessi in diretta.
- **Terminali e selfbet:** un'interfaccia semplice e intuitiva dove l'utente può consultare quote, scommettere ed accedere a tutti i contenuti di gioco.



ONLINE

Attraverso il sito eurobet.it e le App sviluppate per dispositivi IOS e Android, l'azienda offre i prodotti sui canali digitali.

Il periodo appena concluso, relativo all'emergenza sanitaria, ha accelerato la consapevolezza degli italiani nell'utilizzo delle tecnologie digitali e del mondo internet in generale.

Questi fattori sono stati sicuramente il driver della crescita dei giochi online ma anche un'offerta diversificata e l'affidabilità delle piattaforme utilizzate hanno contribuito a rispondere a specifiche richieste dei nuovi consumatori digitali.

Il modello di business

ONLINE

In particolare, **i prodotti offerti esclusivamente tramite il canale online sono:**

- **Skill games:**
giochi di carte quali burraco, briscola, scopa e altri giochi della tradizione popolare italiana con vincite in denaro.
- **Slot online**
Consentono di giocare direttamente tramite *web* oppure scaricando un'applicazione ufficiale gratuita per i dispositivi mobili.
- **Live games:**
Consentono di giocare ai classici giochi da casinò in diretta *streaming* con tavoli e croupier reali.
- **Casino games:**
dai tradizionali giochi di carte come *poker* e *black jack* fino alle slot e alla *roulette*.
- **Bingo online:**
con diverse sale da gioco, ognuna con le sue caratteristiche, a disposizione degli utenti e diverse tipologie di *jackpot* e bonus dedicati.

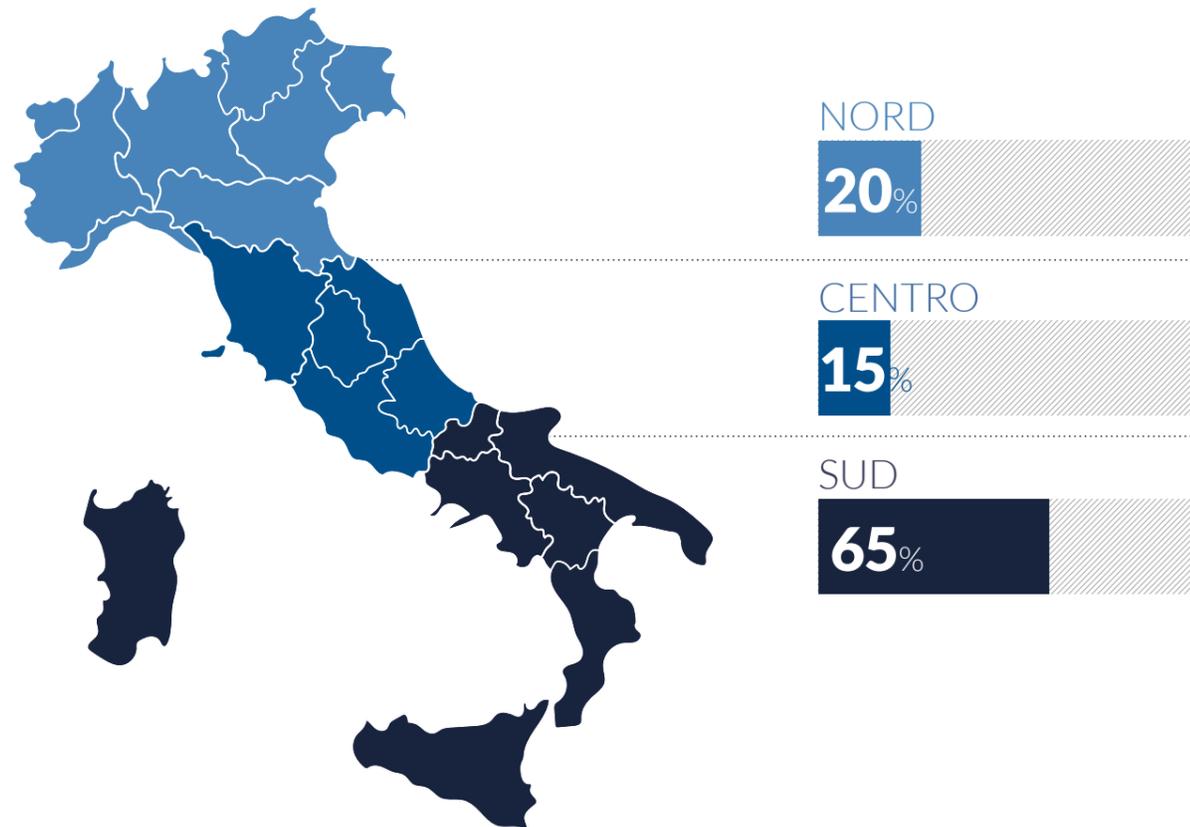


Il modello di business

 **GRI 2-6** Attività, catena del valore e altri rapporti di business

RETAIL

L'azienda può contare su una rete di **circa 1000 punti vendita** distribuiti su tutto il territorio nazionale, come evidenziato nel grafico.



Piattaforma		% incremento 2022 vs 2021
Web 		
Pagine Viste		-5%
Visitori unici		19%
Login		-35%
App Sport 		
Pagine Viste		-11%
Visitori unici		11%
Login		-8%
App Casino 		
Pagine Viste		49%
Visitori unici		39%
Login		31%

Il modello di business

Innovazione e ingaggio degli stakeholder per lo sviluppo dell'online

L'innovazione svolge un ruolo chiave nel mercato dell'intrattenimento e anche i giochi *on-line* non sfuggono a questa regola. Nuovi utenti si affacciano sulle vetrine dei siti degli operatori legali con una fiducia crescente e l'offerta disponibile è sempre più ricca e numerosa.

Da qui il ruolo dell'innovazione come tema di "governance" sostenibile soprattutto in relazione alla sicurezza dei giocatori. Alfredo Melloni, *Gaming Director* di Eurobet Italia spiega i trend dell'online sulle agende internazionali, focalizzando però l'argomento sul mercato italiano.

"La pandemia ha sicuramente accelerato la crescita dell'online che comunque presentava tassi di sviluppo crescenti già da alcuni anni. Le leve che hanno contribuito al diffondersi del gioco online sono al pari di ciò che è avvenuto nelle piattaforme *streaming* e di gioco, riconducibili a due fattori principali: la sicurezza soprattutto in tema di pagamenti e la fiducia che i clienti ripongono in merito al funzionamento delle piattaforme stesse."

Quali sono le caratteristiche del cliente "online"?

Il profilo del consumatore online sta rapidamente cambiando verso forme di intrattenimento simile a ciò che propongono i canali TV tradizionali o in *streaming* ed è nostro compito cercare di intercettare questi fattori di cambiamento, proponendo soluzioni differenti rispetto all'offerta tradizionale rappresentata dai giochi di casinò classici. Oggi iniziano ad essere presenti giochi come i "game show" oppure i "crash game", che offrono meccaniche di gioco semplici ma che consentono all'utente una maggior interazione e diversità di opzioni su cui mettersi alla prova.

Cosa significa prodotto sostenibile?

Per noi un prodotto è sostenibile nella misura in cui trova il gradimento dei nostri clienti pur restando una forma di intrattenimento sicura. Ma la vera sostenibilità per noi è legata al concetto d'inclusione progressiva dei nostri principali stakeholder nelle scelte di gioco e nelle nostre proposte. La nostra è una realtà internazionale che sviluppa "in-house" tantissimi prodotti e molti di questi sono realizzati nella sede di Roma. Il segreto del successo?



È l'ascolto dei nostri portatori d'interesse che ci ha portato a sviluppare giochi in linea con le preferenze del consumatore italiano. Ciò avviene attraverso *focus group* con utenti selezionati che partecipano attivamente al processo di realizzazione di un gioco, fornendo indicazioni preziosissime che ci hanno insegnato molte cose e ci hanno fatto capire dove potevamo migliorare.

Inoltre, realizziamo dei *focus group* interni per monitorare il gradimento dei nostri siti online e i commenti degli utenti; questo materiale ci consente di indirizzare l'attenzione dei nostri sviluppatori verso tematiche e argomenti provenienti dai feedback dei nostri clienti. Un esempio: abbiamo capito che una parte di utenza aveva una certa diffidenza nei cosiddetti "giochi da casinò"...semplicemente perché non ne conosceva le regole sottostanti. Abbiamo realizzato una sezione sul sito Eurobet di video-tutorial per spiegare il loro funzionamento e stiamo iniziando ad ottenere una risposta maggiore proprio su questa categoria di giochi.

In generale reputo che un approccio sempre più inclusivo del nostro primario portatore d'interesse non possa che generare nel tempo sempre più valore per la nostra azienda.

Il ruolo dei fornitori nella sicurezza e l'affidabilità della tecnologia utilizzata.

La sicurezza dei dati dell'utente è per Eurobet un'assoluta priorità nell'ottica di consolidare un rapporto di fiducia col consumatore. La nostra policy sui fornitori è molto attenta e siamo molto scrupolosi nello scegliere fornitori che offrano garanzie adeguate nello sviluppo e nella gestione delle piattaforme di gioco.

Vista la crescente attenzione, ritengo che in futuro anche fattori legati alla compliance di aspetti di sostenibilità e, più in generale, all'attenzione dei fornitori alle tematiche ESG, potrà diventare un elemento preferenziale nella selezione dei fornitori stessi.

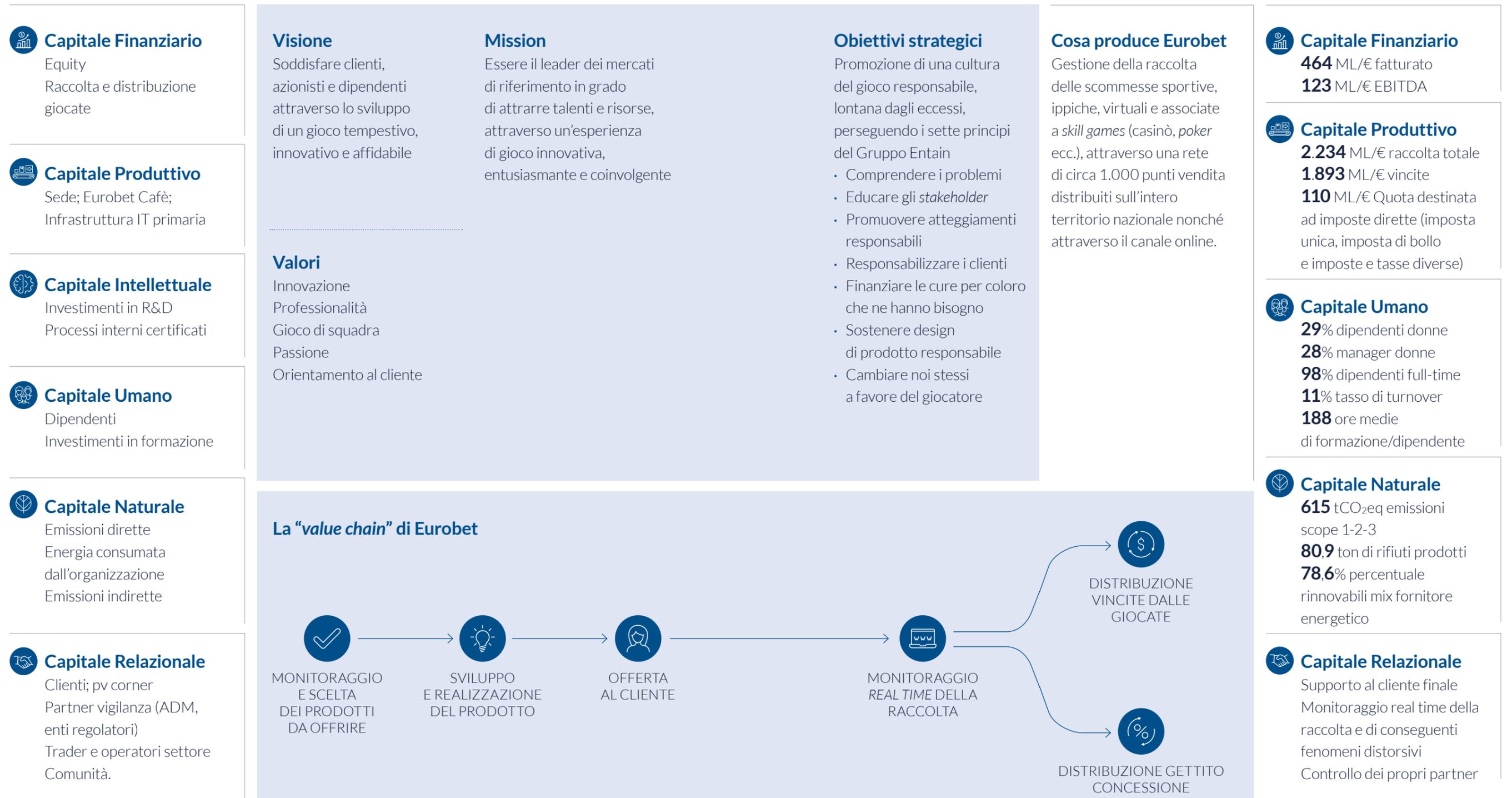
Alfredo Melloni
Gaming Director

Il modello di business

La creazione di valore condiviso per Eurobet

Lo schema rappresenta una sintesi del modo in cui Eurobet genera valore, analizzando i capitali (finanziari e non) che l'organizzazione utilizza e come essi si trasformino in impatti (outcomes), attraverso le attività del proprio business.

INPUTS → LA CREAZIONE DI VALORE → OUTPUTS → OUTCOMES



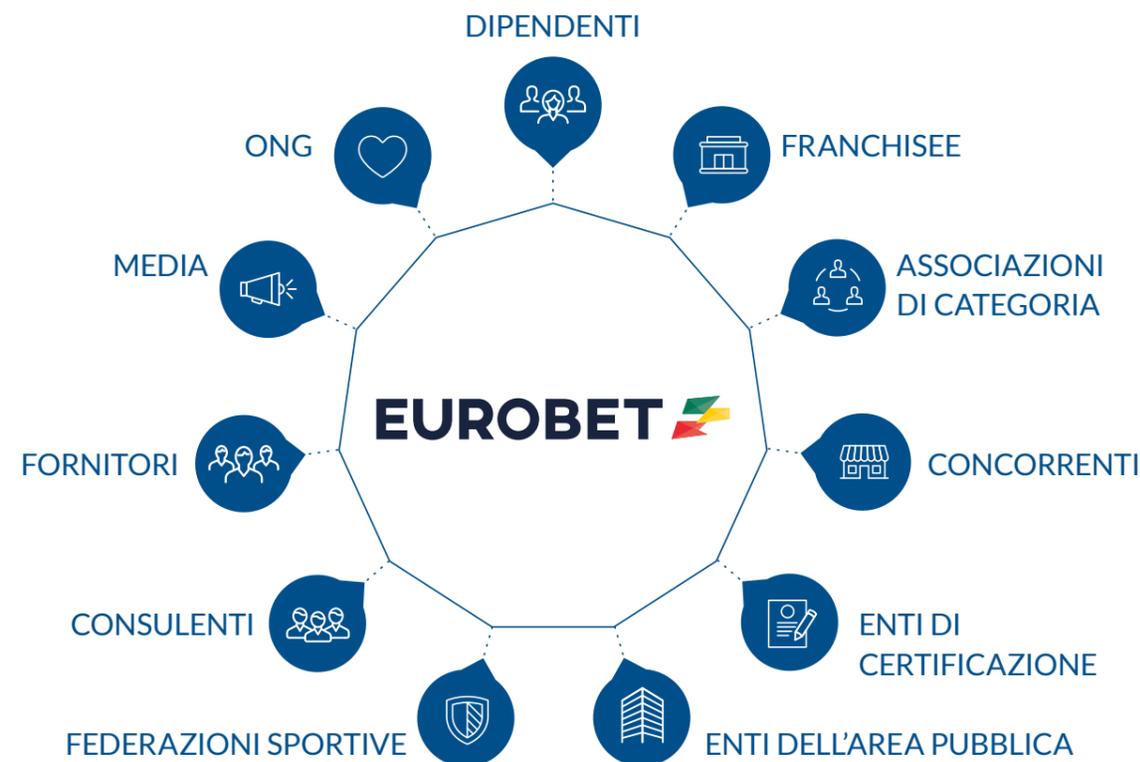
Il coinvolgimento degli stakeholder

 **GRI 2-29** Approccio al coinvolgimento degli stakeholder

Il coinvolgimento degli *stakeholder* è iniziato nel 2021 attraverso una *survey* per la realizzazione dell'analisi di materialità.

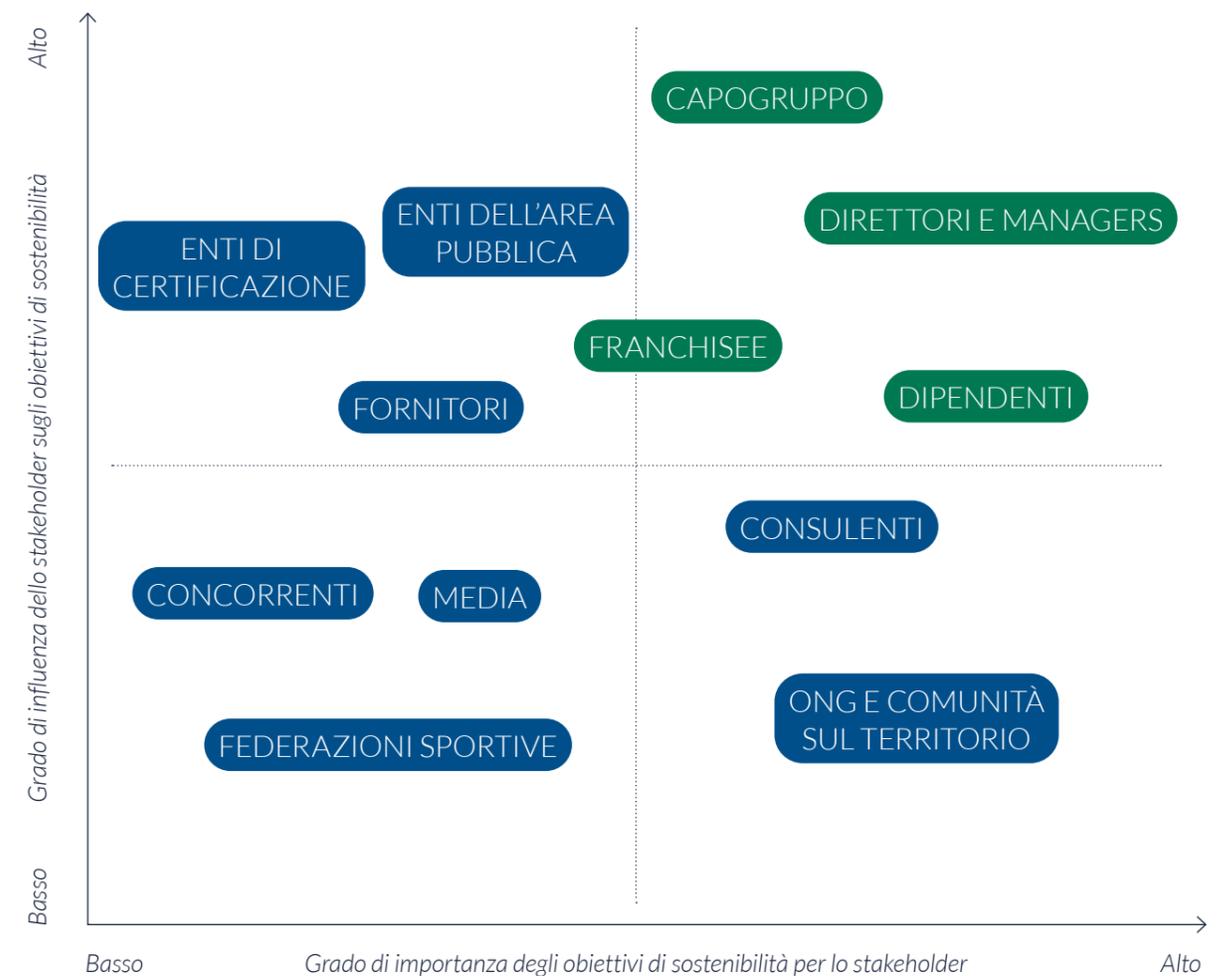
Nel 2022 è stata realizzata un primo approfondimento sul processo di coinvolgimento degli *stakeholder*, seguendo lo standard AA1000SES di *AccountAbility*. L'obiettivo di tale analisi è stata la definizione dei primi due *step* del processo di *stakeholder engagement* previsti dallo standard, ossia pianificazione e preparazione di un piano di *stakeholder engagement*.

Nell'esecuzione di queste due fasi, l'azienda ha potuto profilare e mappare tutti gli *stakeholder*, definire i diversi livelli e metodi di "ingaggio", mettendo ciascuna categoria di *stakeholder* in relazione agli obiettivi strategici del piano di sostenibilità. Il risultato di questa analisi ha determinato una matrice di *stakeholder engagement* per Eurobet che rappresenta la base su cui costruire un piano di azioni per l'ingaggio dei portatori d'interesse nel 2023.



Matrice di Stakeholder Engagement

Tale matrice mostra gli *stakeholder* mappati in relazione agli obiettivi strategici del piano di sostenibilità. Le categorie evidenziate in verde indicano la priorità di un maggior livello d'ingaggio nel piano di *stakeholder engagement*.



Il modello di business

La matrice di materialità

GRI 3-1 Processo di determinazione dei temi materiali
GRI 3-2 Elenco di temi materiali

Il primo passo per la definizione della strategia di sostenibilità aziendale è stato fatto attraverso il processo di materialità. Tale analisi, realizzata nel 2021, si pone l'obiettivo di identificare i temi "materiali" ossia rilevanti per l'azienda e gli *stakeholder*.

Nella tabella sono riportati i temi sottoposti a votazione, mentre la figura rappresenta la matrice di materialità, in cui sull'asse orizzontale figurano i risultati dei voti del Management Team, mentre sull'asse verticale figurano le medie dei voti delle diverse categorie di *stakeholder*.

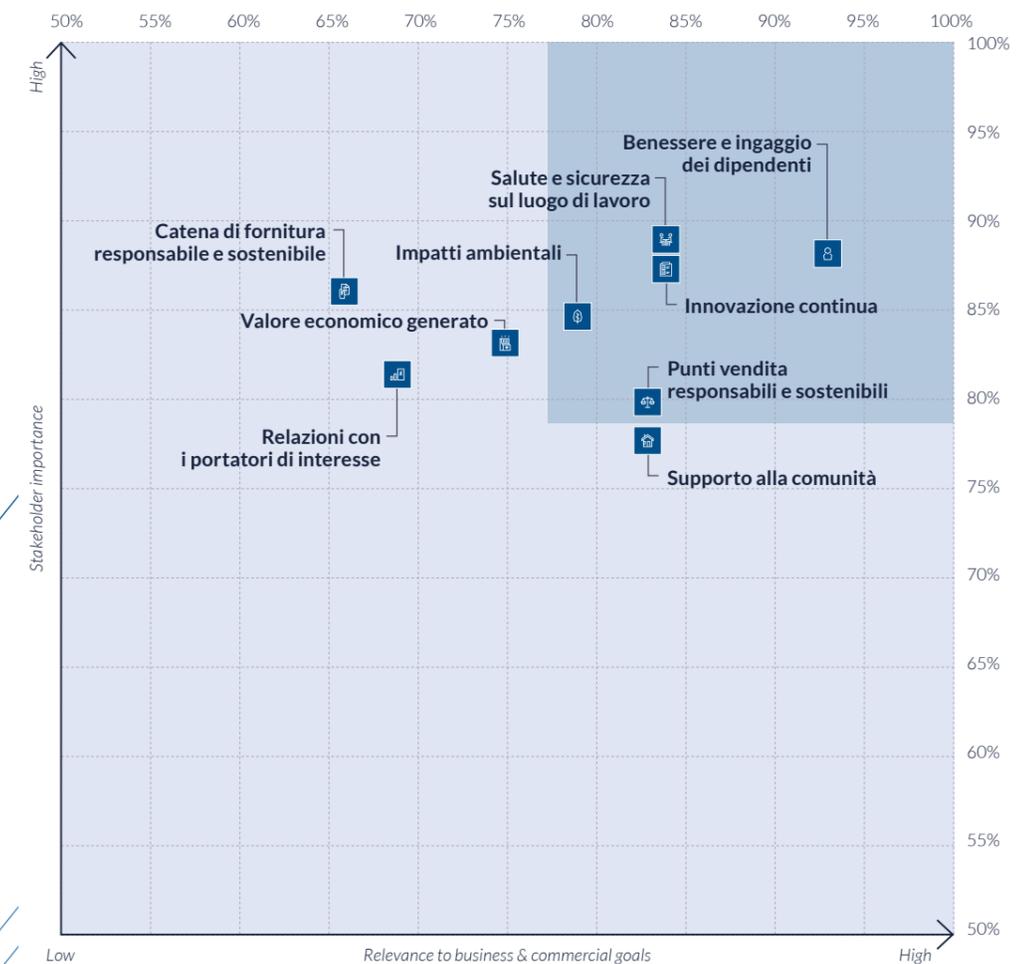
L'analisi dei temi materiali sarà oggetto di una revisione/riallineamento con gli *stakeholder* a partire dal 2024.



LA MATRICE DI MATERIALITÀ RAPPRESENTA SULL'ASSE ORIZZONTALE I VOTI ESPRESSI DAL MANAGEMENT TEAM E SULL'ASSE VERTICALE LE MEDIE DEI VOTI DELLE DIVERSE CATEGORIE DI STAKEHOLDER.

I temi materiali selezionati:

- INNOVAZIONE CONTINUA
- BENESSERE E INGAGGIO DEI DIPENDENTI
- SALUTE E SICUREZZA SUL LUOGO DI LAVORO
- IMPATTI AMBIENTALI
- PUNTI VENDITA RESPONSABILI E SOSTENIBILI



- Relazioni con i portatori di interesse
- Punti vendita responsabili e sostenibili
- Benessere e ingaggio dei dipendenti
- Supporto alla comunità
- Innovazione continua
- Impatti ambientali
- Valore economico generato
- Salute e sicurezza sul luogo di lavoro
- Catena di fornitura responsabile e sostenibile

Il modello di business

Il pilastro della nostra strategia di sostenibilità: il gioco responsabile

Sulla base di questi principi abbiamo deciso di porre particolare attenzione a **quattro elementi fondamentali**: la tutela dei clienti, la prevenzione del gioco patologico, l'educazione e la formazione degli *stakeholder* interni ed esterni e la consapevolezza di un business guidato dal binario innovazione e sostenibilità.



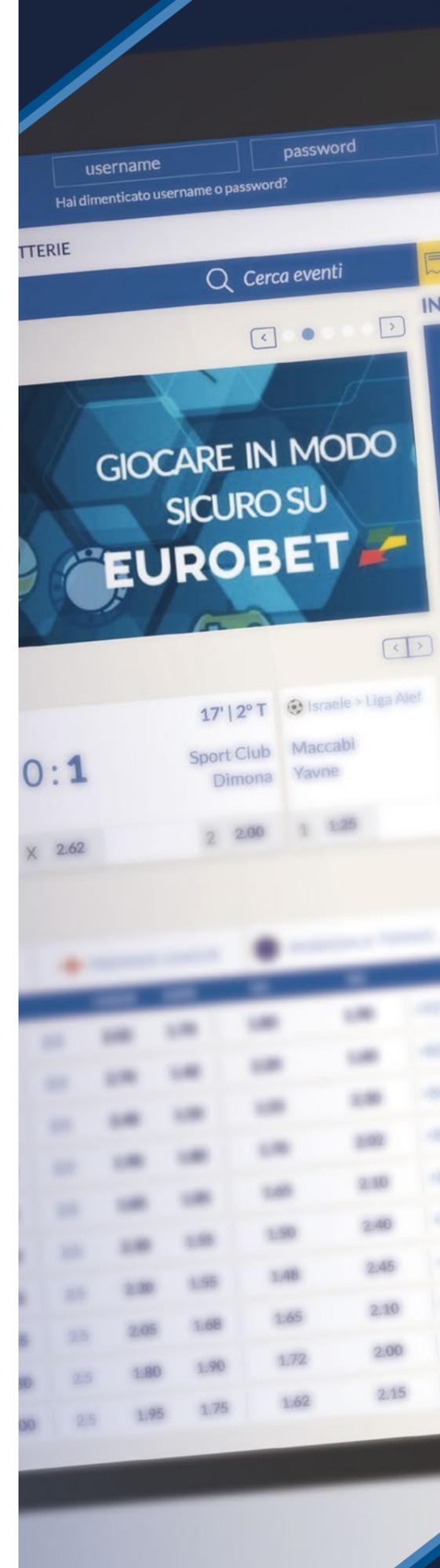
Eurobet ha deciso pertanto di investire in risorse e tecnologie per innovare il concetto di Gioco Responsabile in Gioco Sostenibile, evoluzione di un percorso che pone l'utente sempre di più al centro della strategia non solo attraverso forme di gioco sicure ma anche sostenibili, garanzia di un valore che l'azienda inserisce nel proprio DNA.

Nel 2022 è stata ampliata l'offerta relativa agli strumenti di supporto nei confronti dei giocatori, in particolare la partnership con l'organizzazione **Gordon Moody** che, dal 1971, si occupa a livello internazionale di fornire servizi a supporto della dipendenza dal gioco. La collaborazione ha permesso di distribuire sull'intera popolazione una formazione specializzata sui temi del gioco responsabile e sugli effetti di derive di un gioco potenzialmente problematico.

Eurobet crede fortemente che una formazione specifica destinata alle proprie persone debba essere una parte centrale del programma di Gioco Responsabile.

L'impegno per il 2022 si è concretizzato inoltre nella fruizione ai reparti aziendali maggiormente coinvolti di una formazione in presenza realizzata da professionisti specializzati tale da garantire a tutto il personale l'acquisizione di idonei strumenti che possano garantire la diffusione del concetto di gioco responsabile con focus dedicato al divieto di gioco ai minori.

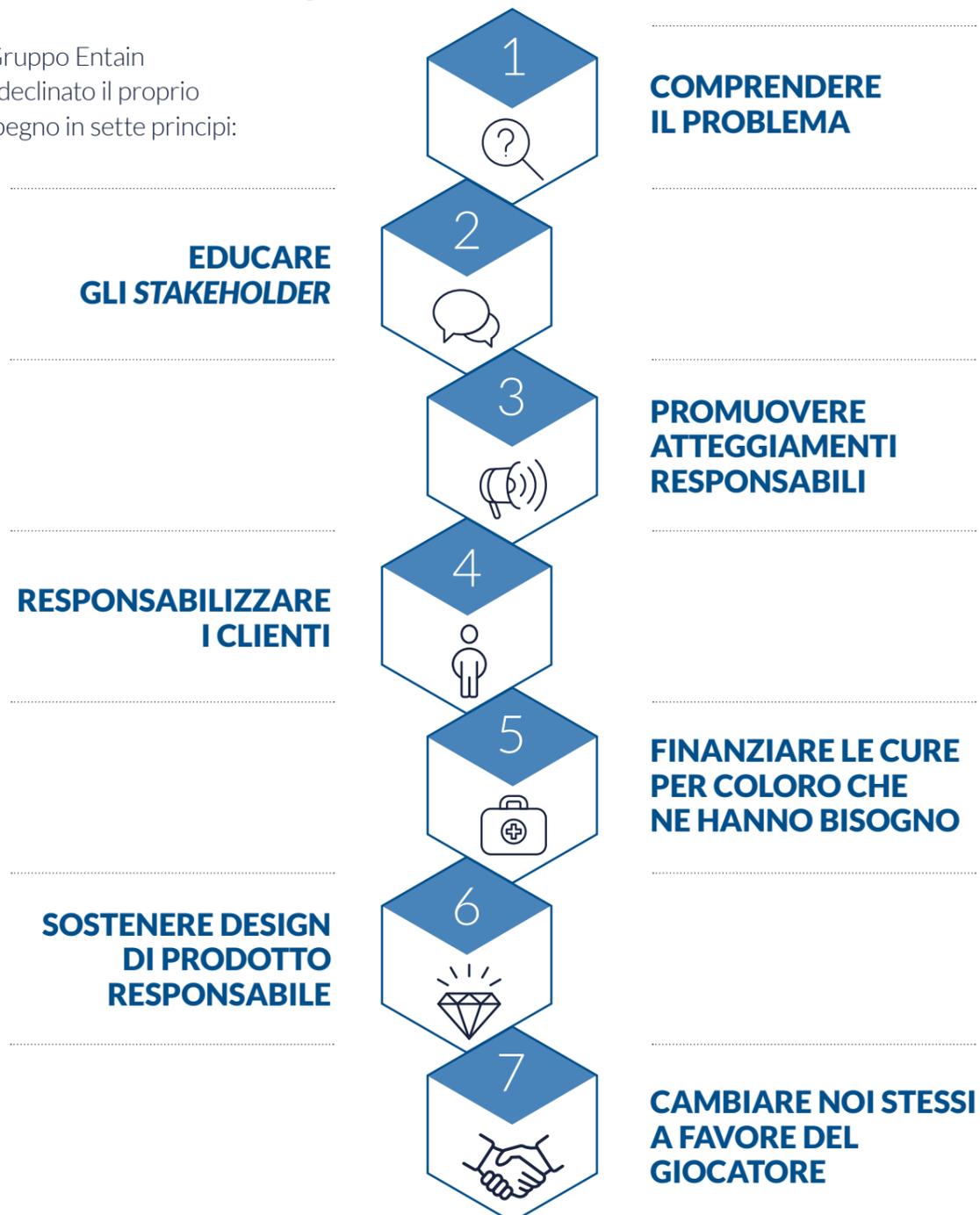
Grazie alle politiche attuate negli anni precedenti è stato raggiunto un importante traguardo: la certificazione G4 da parte di *Global Gambling Guidance Group*, organizzazione internazionale che emette certificazioni riconosciute a livello mondiale sulla applicazione di strumenti e pratiche legati all'incentivazione del gioco responsabile e alla prevenzione dei fenomeni di dipendenza e ludopatia.



Il pilastro della nostra strategia di sostenibilità: il gioco responsabile

Eurobet, in linea con la strategia del Gruppo Entain, crede fortemente che l'elemento portante della propria strategia di sostenibilità non possa prescindere dalla **promozione di una cultura del gioco responsabile**, lontana dagli eccessi.

Il Gruppo Entain ha declinato il proprio impegno in sette principi:



Rischi e opportunità



GRI 2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile

Obiettivo principale dell'azienda è offrire forme di intrattenimento sicuro.

In questo senso Eurobet pone al centro della sua strategia il concetto di Gioco Sostenibile complementare al Gioco Responsabile. Informazione, assistenza, formazione, sicurezza i driver per puntare al successo nel lungo periodo. Il settore, caratterizzato da un contesto di disequilibrio informativo, necessita di investimenti da parte degli operatori sulla diffusione della consapevolezza del reale valore aggiunto che la legalità garantisce sul territorio e sull'equilibrio sociale in genere.

Pertanto, nello sviluppo del Piano di Sostenibilità sono stati identificati RISCHI e OPPORTUNITÀ del contesto in cui l'azienda opera quali elementi che impattano nella creazione, modifica o erosione del valore nel tempo. Le nuove voci evidenziate derivano molto da fattori di contesto e regolatori che stanno determinando impatti significativi sulle attività lavorative.

RISCHI

- "Big quit" e "Scarsità di talenti": quando la domanda di professionisti altamente qualificati supera l'offerta disponibile
- Fenomeni inflattivi che influenzano la composizione del portafoglio dell'utente e la sua quota destinata all'intrattenimento
- Difficoltà di approvvigionamento delle materie prime con impatti rilevanti su macchinari e la componentistica HW
- Crescita del mercato irregolare/illegale
- Incertezza del sistema regolatorio
- Generale disinformazione

OPPORTUNITÀ

- Innovazioni tecnologiche per rispondere ad esigenze di tutela e sicurezza degli utenti
- Attrazione degli *stakeholder* territoriali a fronte di progetti concreti
- Esplorare altri mercati di intrattenimento
- Mobilità del lavoro e nuove forme organizzative
- Mercato in movimento con possibile diversificazione del business

Il modello di business

Strategia di sostenibilità



GRI 2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile

Il piano strategico di sostenibilità è la conseguenza del processo di materialità descritto nel paragrafo precedente e rappresenta la linea guida del modo di creare valore nel tempo, insieme agli stakeholder coinvolti.

I temi materiali sono stati ordinati per le dimensioni ESG e per ciascun tema sono stati identificati degli obiettivi da raggiungere nel triennio 2022-24.

Per ciascun obiettivo sono state definite le azioni volte al raggiungimento degli stessi, le modalità di misurazione degli obiettivi (KPI), l'orizzonte temporale e sono state individuate le persone responsabili di monitorare gli stati di avanzamento delle attività previste.

Negli schemi riassuntivi, suddivisi nelle tre dimensioni ESG, sono riportati gli obiettivi e le azioni programmate nel triennio, mentre i risultati raggiunti nel 2022 e gli impegni relativi al 2023 saranno dettagliati nel quarto capitolo.





● SÌ ○ NO



SALUTE E SICUREZZA SUL LUOGO DI LAVORO

Mantenere i massimi standard in tema di salute e sicurezza

Sistemi di gestione che consentano la prevenzione degli infortuni e degli incidenti sul lavoro e delle malattie professionali, garantendo condizioni di lavoro nel pieno rispetto del diritto alla salute e alla tutela dell'integrità fisica e psicologica dei lavoratori

2022 2023 2024

● ● ●

STAKEHOLDER INTERESSATI

Dipendenti
Enti formativi



DIVERSITÀ, INCLUSIONE E PARI OPPORTUNITÀ

Azienda sempre più aperta e trasparente sui temi della diversità ed inclusione

“Reverse mentoring” per valorizzare la diversità presente in Eurobet per rafforzare le relazioni interpersonali

Sostegno ad associazione “Valore D” che valorizza l'equilibrio di genere e per una cultura inclusiva nelle organizzazioni

Incontri tra rappresentanti femminili delle società del Gruppo Entain volte ad un allineamento culturale e ad una progressiva crescita delle donne nei ruoli direzionali

○ ● ●

● ● ○

○ ● ●

Dipendenti
Management
Entain



SUPPORTO ALLA COMUNITÀ

Aumentare la sostenibilità dei propri fornitori

Partnership e donazioni al terzo settore con l'obiettivo di proteggere i giovani e le categorie più vulnerabili

● ● ●

Comunità del territorio

● SÌ ○ NO

SOCIAL



TEMI MATERIALI	OBIETTIVI	AZIONI	2022	2023	2024	STAKEHOLDER INTERESSATI
 INNOVAZIONE CONTINUA	Fornitura di prodotti sicuri, a partire dal loro design	Creazione di gruppi di lavoro dedicati all'innovazione di prodotto	●	●	○	Dipendenti
		Mettere sempre la salute e sicurezza del consumatore al centro di uno sviluppo innovativo	●	●	●	Clienti
 ETICA E INTEGRITÀ NELLA CONDOTTA DEL BUSINESS	Supporto ai clienti a rischio di problematiche legate al gioco	Certificazione 27001	●	○	○	Management
		Progetto ARC	○	●	●	Dipendenti
		Formazione alla rete di vendita ed ai reparti aziendali che hanno contatti con i giocatori	●	●	●	Istituti di credito Franchisee

● SÌ ○ NO



TEMI MATERIALI

OBIETTIVI

AZIONI

2022

2023

2024

STAKEHOLDER INTERESSATI

RELAZIONI CON I PORTATORI D'INTERESSE

Integrità e gestione dei rischi

Consolidamento dei tool per mitigare gli effetti derivanti da pratiche distorsive come il contrasto al match fixing

Potenziamento di strumenti interni per l'analisi del cliente e della sua percezione del servizio fornito

●	●	●
●	●	●

Dipendenti
Clienti
Fornitori
Comunità



PUNTI VENDITA RESPONSABILI E SOSTENIBILI

Trustability del punto vendita e del brand Eurobet

Riposizionamento dell'architettura del pv come aggregatore sociale

Rafforzamento della linea Eurobet Cafè

Offerta di nuove soluzioni tecnologiche e di nuovi device

●	●	●
○	●	●
●	●	●

Franchisee
Clienti
Fornitori

● SÌ ○ NO

Le dimensioni ESG

In questa parte vengono descritti i risultati del periodo di rendicontazione e gli obiettivi del piano di sostenibilità declinati nella dimensione ambientale, sociale ed economica (ESG). Per ciascuna dimensione, risultati e obiettivi vengono misurati attraverso gli standard GRI e associati agli obiettivi di sviluppo delle Nazioni Unite (SDG)

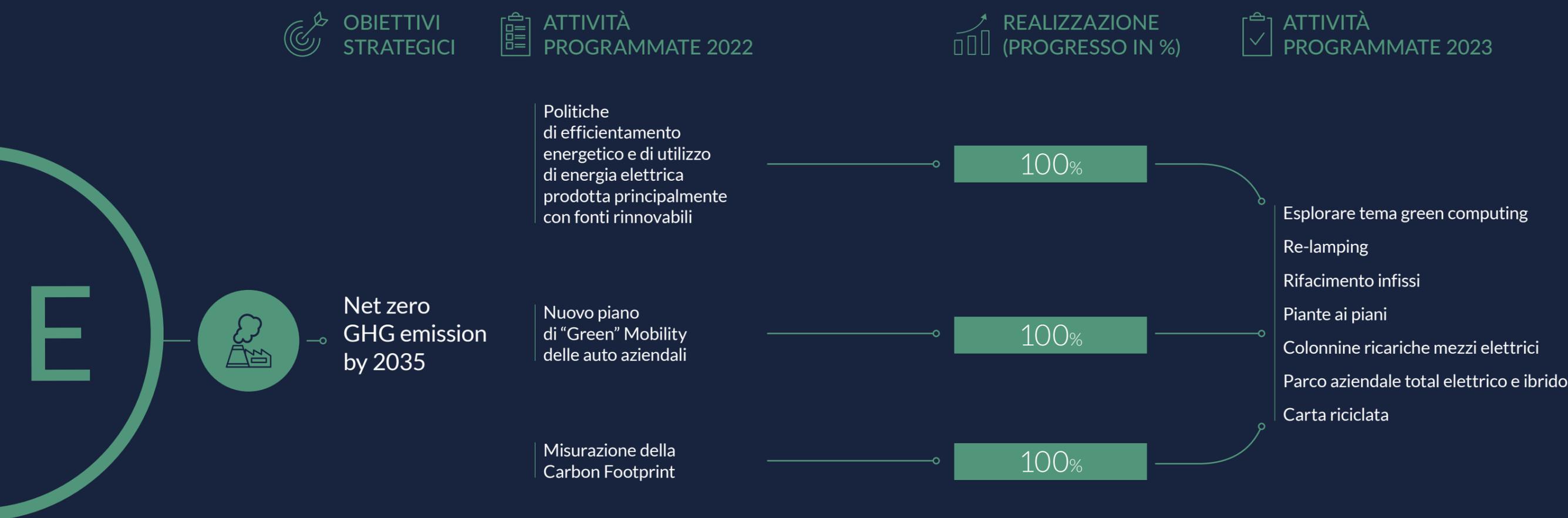
GOVERNANCE

SOCIAL

ENVIRONMENT

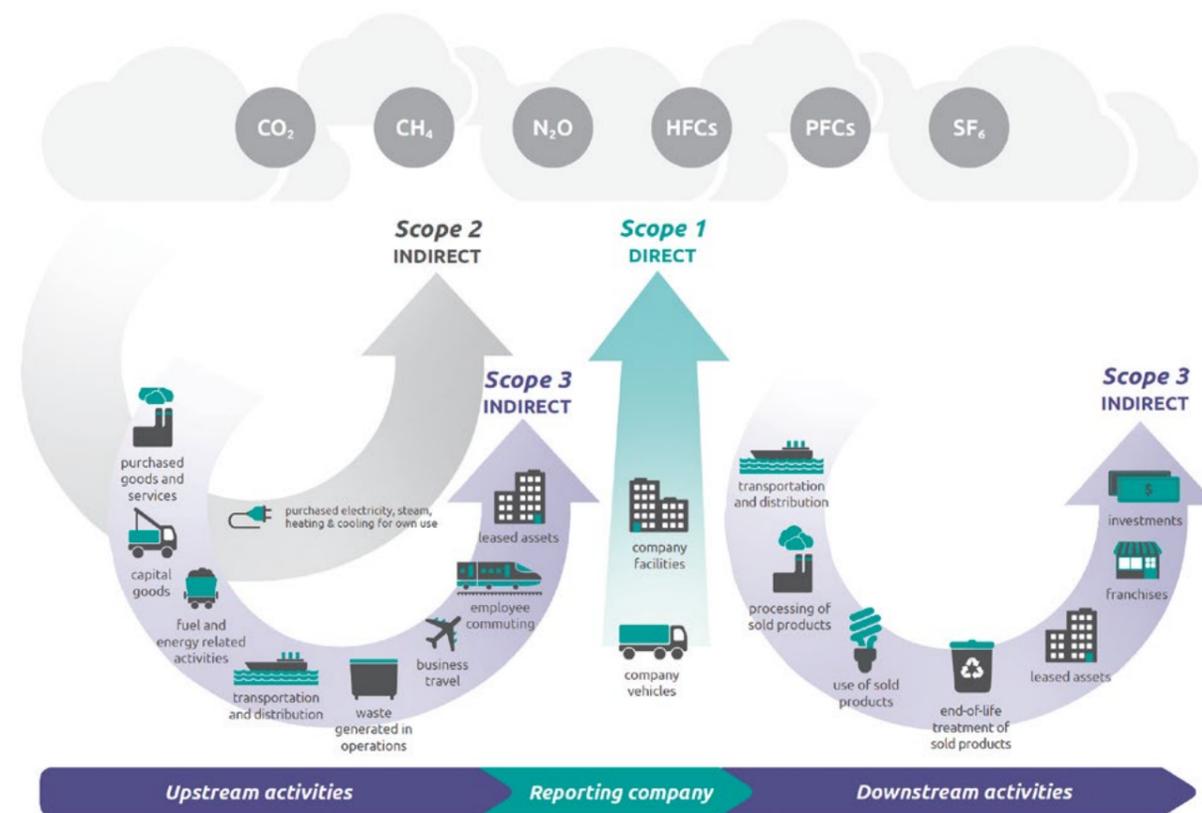
Sostenibilità Ambientale

Il piano di sostenibilità triennale aveva in programma una serie di attività nel 2022, volte al raggiungimento di una politica di efficientamento e riduzione delle emissioni, all'interno del quadro di riferimento strategico del Gruppo Entain (Net Zero GHG emissions by 2035). In particolare, dopo una prima misurazione avvenuta nel 2021 della propria impronta di carbonio, Eurobet ha svolto nel 2022 un'analisi più approfondita riguardo il calcolo della Carbon Footprint dell'Organizzazione (CFO), corredata da un piano di azioni per la riduzione delle emissioni che sarà integrato alla strategia di decarbonizzazione, la cui realizzazione è programmata nel 2023, con un orizzonte temporale di tre anni.



La misurazione della Carbon Footprint

Per la misurazione della **CFO (Carbon Footprint of the Organization)**, l'organizzazione ha preso come riferimento la norma ISO 14064-1 "Gas ad effetto serra – Parte 1: Specifiche e guida, al livello dell'organizzazione, per la quantificazione e la rendicontazione delle emissioni di gas ad effetto serra e della loro rimozione" e il GHG Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard, lo standard internazionale che fornisce le indicazioni tecniche per valutare le emissioni di gas serra di una organizzazione, che suddivide in 3 "Scope" (Figura 1).



Credits: www.ghgprotocol.org
Figura 1

Il primo *step* ha riguardato la realizzazione dell'**Inventario GHG**, la cui descrizione generale è illustrata in *Figura 2*, dove sono stati stabiliti lo scopo dell'inventario, l'anno base di riferimento con cui Eurobet ha iniziato a calcolare la propria impronta di carbonio, il target di neutralità, il target di stakeholder a cui si rivolge e i confini metodologici.

Argomento	Descrizione
Purpose (scopo)	L'organizzazione si è data una serie di obiettivi ESG tra cui l'obiettivo di raggiungere la Net Zero nel 2035, facendo parte del Gruppo Entain
Base Year	2021
Reporting Year	2022
Net Zero Target Year	2035
Stakeholder target	Eurobet, Entain Group, altri stakeholder interessati alle attività Eurobet
Boundaries (confini organizzativi)	Le emissioni rendicontate seguono un approccio di controllo, vale a dire che l'organizzazione calcola le emissioni delle attività di cui ha il controllo operativo

Figura 2

La misurazione della Carbon Footprint

Il secondo passo è stato quello relativo alla **rendicontazione**.

Il perimetro considerato è stato quello derivante dalle emissioni di GHG attribuibili alle attività dirette svolte presso la sede di Eurobet (Roma), prendendo in considerazione per il 2022 le categorie di emissioni rappresentate in *Figura 3*.

Scope/Categoria	Descrizione
SCOPE 1 (dirette)	Emissioni dirette provenienti dalle attività aziendali (es. Carburanti mezzi)
SCOPE 2 (indirette)	Emissioni derivanti da consumi di energia esterna (es. Energia elettrica)
SCOPE 3 (indirette)	Emissioni indirette a monte e a valle della catena del valore (15 categorie)
Categoria 5	Waste generated in operations (rifiuti generati dalle attività dell'azienda)
Categoria 6	Business travel (emissioni derivanti dai viaggi di lavoro)

Figura 3

Le emissioni totali prodotte dall'organizzazione nel 2022 sono state **615,8 tCO₂eq** (tonnellate equivalenti di CO₂), i cui dettagli (scope 1, 2 e 3) sono rappresentati in *Figura 4*.

Rispetto al dato rilevato nel 2021 (522,57 tCO₂eq), il totale delle emissioni GHG è leggermente cresciuto, in gran parte per il ritorno alla piena attività lavorativa a seguito delle restrizioni Covid-19 e anche per aver incluso nel calcolo alcune categorie non considerate nel 2021 (es. treni). Per tipologia di attività svolta da Eurobet, le emissioni che impattano maggiormente sono quelle di Scope 3 (42% del totale).

Tipo emissione	Totale emissioni in tCO ₂ eq	% Rispetto al totale
SCOPE 1 (dirette)	118,24	19,2%
SCOPE 2 (indirette)	235,00	38,2%
SCOPE 3 (indirette)	262,56	42,6%
TOTALE	615,8	

Figura 4

Le performance dell'azienda

GRI 302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione

	2020	2021	2022
Totale dell'energia (elettrica) acquistata dall'organizzazione. In GJ.	2.698,97	2.515,53	2.749,18
% di fonti rinnovabili*	31%	30%	78,64%

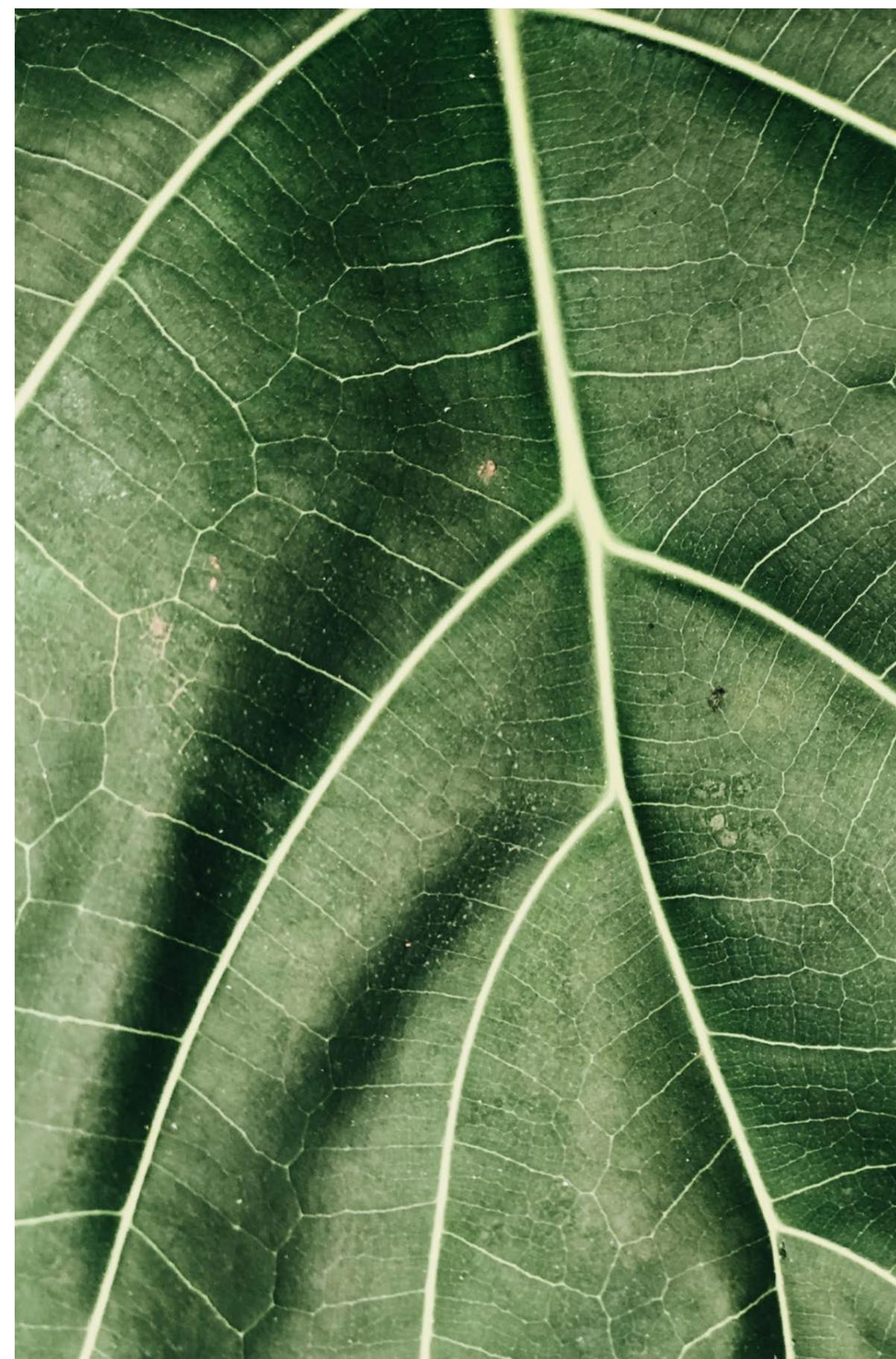
*% da fonti rinnovabili del mix energetico utilizzato per la produzione dell'energia elettrica dal fornitore energetico.

GRI 302-3 Intensità energetica

	2020	2021	2022
Intensità energetica dell'organizzazione (Consumo totale di energia / ricavi netti)	 8,16	 6,77	 5,8
Parametro utilizzato per il calcolo dell'intensità energetica: Ricavi Netti (in Mln di euro)	331	371	470,4

GRI 303-3 Prelievo idrico

	2020	2021	2022
Prelievo idrico totale da tutte le aree in megalitri	-	-	 1,77



Le performance dell'azienda

GRI 305-1 Emissioni dirette di GHG (Scope 1)

	2020	2021	2022
EMISSIONI DIRETTE DI GHG (Scope 1) in lorde tonnellate di CO ₂ equivalenti	-	-	118,24 

GRI 305-2 Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)

	2020	2021	2022
EMISSIONI INDIRETTE DI GHG da consumi energetici (Scope 2)** 	191*	172	235 

*Dal 2022 nel calcolo è compresa la combustione diesel e benzina dei mezzi aziendali.

**Dal 2022: Le emissioni di GHG provenienti dall'acquisto di energia elettrica di rete sono state calcolate con un approccio Location based per la sede Eurobet, utilizzando un fattore di emissione indicato dal gestore Engie (EF 0,307).

Sono state escluse le emissioni a monte (dalla sorgente alla centrale elettrica) associate all'energia, alle perdite di rete dovute al trasporto e alla distribuzione.

Per quanto riguarda il consumo di acqua i fattori emissivi sono quelli utilizzati per gli inventari di gas effetto serra di Ecoinvent (0,319 KgCO₂eq/m³).

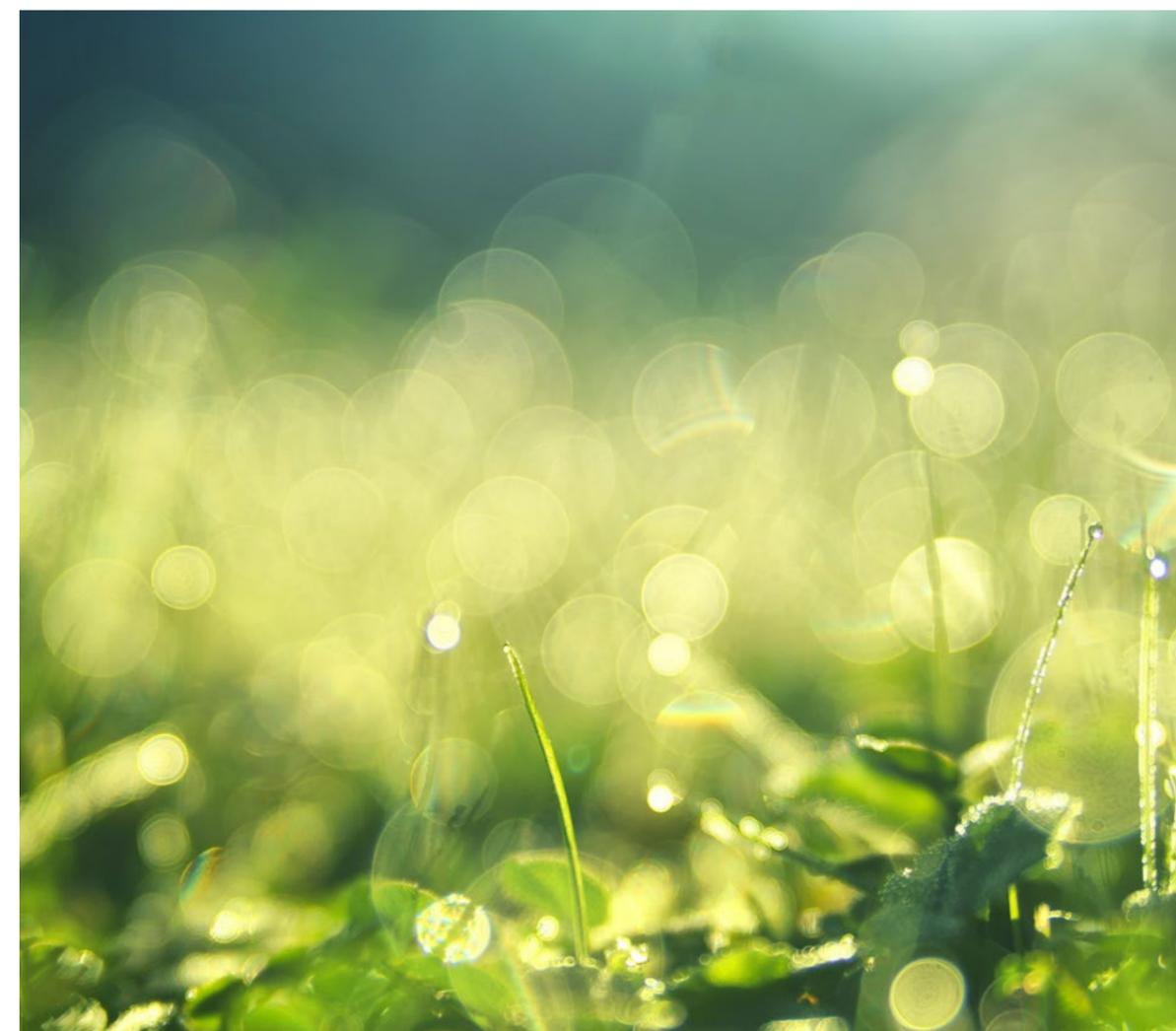
GRI 305-3 Altre emissioni indirette di GHG (Scope 3)

	2020	2021	2022
ALTRE EMISSIONI INDIRETTE LORDE DI GHG (Scope 3) in tonnellate di CO ₂ equivalenti. Il dato si riferisce a voli aerei e auto aziendali  	57 (solo voli aerei)	147 (solo voli aerei) 	262,56 (rifiuti e viaggi di lavoro)  
TOTALE EMISSIONI DI GHG in tonnellate di CO ₂ (Scope 1 + 2 + 3)	248,18	318,83	615,80

***2020-2021 Voli, 2022 Rifiuti e Viaggi di lavoro

GRI 305-4 Intensità delle emissioni di GHG (location based)

	2020	2021	2022
Tasso di intensità delle emissioni di GHG dell'organizzazione (Emissioni totali /ricavi) 	0,75	0,86 	1,31 
Parametro utilizzato per il calcolo dell'intensità delle emissioni di GHG: Ricavi Netti (in Mln di euro)	330,94	371,38	470,42



Le performance dell'azienda

I dati sui rifiuti si riferiscono ai rifiuti straordinari (cioè non sono compresi i rifiuti della raccolta differenziata ordinaria), in particolare ad attività di ammodernamento o manutenzione degli uffici (traslochi, sostituzione di mobili, vetrate, apparecchiature elettroniche). Per gli uffici ci sono dati per il 2020 (a causa di traslochi). Per il Magazzino, sono rifiuti generati dall'ammodernamento degli arredi e apparecchiature per punti vendita *retail*.



GRI 306-3 Rifiuti prodotti

TIPOLOGIA	2020	2021	2022
TOTALE RIFIUTI PRODOTTI (in ton)*	17,66	93,12	80,94
di cui non pericolosi	17,66	93,12	80,94
di cui pericolosi	0	0	0
di cui recuperati	6,89	93,12	80,94
di cui destinati allo smaltimento	10,77	0	0

*2020 uffici e magazzino, 2021 e 2022 solo magazzino

RIFIUTI UFFICIO (DATI IN TON.)

TIPOLOGIA	2020
Vetro	0,600
Apparecchiature fuori uso, diverse da quelle di cui alle voci da 160209 a 160213	0,640
Imballaggi in carta e cartone	0,560
Imballaggi in materiali misti	0,200
Rifiuti ingombranti	2,530
Toner per stampa esauriti, diversi da quelli di cui alla voce 080307	0,010
Ferro e acciaio	3,790
Componenti rimossi da apparecchiature fuori uso, diversi da quelli di cui alla voce 160215	0,100
Rifiuti misti dell'attività di costruzione e demolizione diversi da quelli di cui alle voci 170901, 170902 e 170903	2,340

RIFIUTI MAGAZZINO (DATI IN TON.)

TIPOLOGIA	2020	2021	2022
Ferro e acciaio		47,19	26,26
Imballaggi in carta e cartone		7,04	
Carta e cartone			5,68
Apparecchiature fuori uso		18,94	39,21
Imballaggi in legno	6,89	19,95	9,79

Sostenibilità Sociale

Investire nelle persone, nelle loro capacità e formazione è sempre stata una priorità assoluta per Eurobet. Questa politica ha portato ad una crescita costante dell'organico (81 nuovi dipendenti assunti) ed un tasso di turnover sempre molto basso (11% nel 2022). Con 68.890 ore di formazione all'anno nel 2022, Eurobet è consapevole che la crescita professionale è fondamentale per lo sviluppo dell'organizzazione nella creazione di valore.

OBIETTIVI STRATEGICI

ATTIVITÀ PROGRAMMATE 2022

REALIZZAZIONE (PROGRESSO IN %)

ATTIVITÀ PROGRAMMATE 2023

S



Salute e sicurezza

Sistemi di gestione che consentano la prevenzione degli infortuni e degli incidenti sul lavoro e delle malattie professionali, garantendo condizioni di lavoro nel pieno rispetto del diritto alla salute e alla tutela dell'integrità fisica e psicologica dei lavoratori

100%

Aggiornamento del DVR
Rafforzamento delle squadre di soccorso e antincendio con relativa formazione
Analisi stress da lavoro correlato



Supporto e sviluppo della comunità locale e del territorio

Partnership e donazioni al terzo settore con l'obiettivo di proteggere i giovani e le categorie più vulnerabili

100%

CSR AWARD - Dicembre 2022

CSR AWARD 2023
(Il focus verrà allargato a ambiente e innovazione)



Azienda sempre più aperta e trasparente sui temi della diversità e inclusione

"Reverse mentoring" per valorizzare la diversità presente in Eurobet per rafforzare le relazioni interpersonali

100%

Sostegno ad associazione "Valore D" che valorizza l'equilibrio di genere e per una cultura inclusiva nelle organizzazioni nei ruoli direzionali

100%

Incontri tra rappresentanti femminili delle società del Gruppo Entain volte ad un allineamento culturale e ad una progressiva crescita delle donne nei ruoli direzionali

100%

Redazione strategia DEI (aree tematiche parità di genere, orientamento sessuale, differenza generazionale, disabilità)
Partnership valore D
Progetti *wellbeing* aziendale
Incontri tra rappresentanti femminili della società del Gruppo Entain (focus gruppo Italia)

Il Punto vendita del futuro, tra socialità e digitalizzazione

Il periodo della pandemia, caratterizzato dalle chiusure degli esercizi commerciali, ha colpito fortemente il settore "retail" in generale e, conseguentemente, anche i nostri punti vendita. Tuttavia, ci ha permesso di maturare e prendere consapevolezza della trasformazione che era in corso sul territorio: parliamo della nuova concezione di punto vendita come luogo di accoglienza e aggregazione differente dal concetto tradizionale di "sala scommesse". Giovanni Muci - *Head of Retail Network* - conferma questo trend che è destinato a consolidarsi nel futuro: - sono cambiate le abitudini dei consumatori che oggi hanno molta più confidenza negli strumenti digitali rispetto al passato. I punti vendita hanno ovviamente risentito dell'effetto "pandemia", ma già a partire dalla seconda metà del 2022 abbiamo visto un ritorno delle persone per avere contatto sociale, guardare le partite o semplicemente divertirsi in un contesto dedicato all'intrattenimento. Per noi il negozio non è solo uno spazio di vendita, ma anche lo spazio di contatto con i nostri clienti dove si comunicano i nostri valori e si concretizzano le nostre scelte in ambito di sostenibilità".

Punti vendita adatti a tutti. Il consumatore tipo che frequentava i punti vendita nel passato è molto diverso da quello attuale e il nostro impegno, insieme ai nostri partner gestori dei punti vendita, è di rendere gli ambienti accoglienti per tutte le categorie di persone, attraverso interventi sul *layout*, sulla luminosità,

utilizzando strumenti che favoriscano l'intrattenimento anche in autonomia, ma in un contesto in cui si privilegia la socialità e non l'isolamento. Abbiamo installato dei grandi schermi (*videowall*) per la visione di eventi *live*, arricchendo via via i nostri negozi con una serie di servizi tipici di un luogo di aggregazione: in tal senso abbiamo voluto realizzare gli Eurobet Cafè, luoghi dove si possa entrare anche per prendere un caffè insieme agli amici, non necessariamente per giocare. È un concept che sta generando un crescente interesse da parte di molti nostri *franchisee* che ci chiedono e sono parte di questo processo di trasformazione del punto vendita. Grazie al loro supporto siamo certi di accelerare il piano di ristrutturazione dei punti vendita, che porteremo avanti con un'attenzione particolare alla scelta dei materiali e delle attrezzature, che vogliamo siano meno impattanti sull'ambiente e che garantiscano maggior efficienza energetica. In tal senso siamo continuamente all'opera per selezionare le migliori soluzioni di *green building* e progettare spazi migliori e più efficienti.

Sostenibilità nel punto vendita. Ricordiamo che la sostenibilità applicata all'impresa significa creare le condizioni per rendere un'attività di business duratura nel lungo periodo: è questa la chiave per coinvolgere i gestori dei punti vendita in ottica "sostenibile"? "Ritengo che questo sia il punto principale quando pensiamo al business di un punto vendita, ossia svolgere attività



che possano attrarre un cliente ad entrare in un luogo e fare in modo che ci ritorni. Questo genera maggiori opportunità di ricavi, specie diversificando l'offerta dei servizi per essere in grado di soddisfare clienti con esigenze differenti. La sostenibilità economica la si raggiunge anche attraverso l'ottimizzazione dei costi di gestione: in tal senso la maggior automazione di molte attività all'interno del punto vendita favorirà il cambiamento del ruolo del gestore del punto vendita, non più dedicato unicamente alla gestione delle scommesse, ma ad attività di "*cairring*", ossia di supporto e relazione con i clienti, nonché all'offerta di servizi accessori.

Etica del business nel retail. Socialità e aggregazione sono i due capisaldi per sviluppare i punti vendita del futuro, ossia luoghi multiservizi per offrire un'esperienza migliore al cliente. Come si coniuga tutto ciò con l'etica del business? "Il gestore del punto vendita esercita un ruolo essenziale nel diffondere una cultura del gioco responsabile all'interno dei punti

vendita. Lavoriamo tanto sulla selezione di partner in grado di fornire servizi di qualità che influiscono in maniera determinante sulla fiducia del consumatore nel nostro brand. Il gestore, infatti, rappresenta l'immagine della nostra azienda che ha messo al primo posto nella propria strategia la "*trustability*", l'affidabilità del punto vendita nella costruzione di un rapporto con i clienti basato sulla fiducia e su un'esperienza di gioco sana e responsabile.

Omnicanalità e sostenibilità le due parole chiave per il futuro del retail. Omnicanalità è un processo d'integrazione già iniziato tra strumenti digitali e luoghi fisici di aggregazione. Mi immagino un futuro con punti vendita che soddisfino le esigenze di automazione ed indipendenza di una clientela che sta cambiando, ma sempre in un contesto di relazione sociale: centri multiservizi con proposte innovative ed attraenti che possano diventare un modello positivo di aggregazione tra persone diverse, come avviene in tutti i luoghi di intrattenimento pubblico.

Giovanni Muci
Head of Retail Network

Le attività a supporto della comunità locale e del territorio

ENTAIN ITALIA CSR EVENT

Garantire uno sviluppo sostenibile vuol dire promuovere uno sviluppo che soddisfi i bisogni del presente senza compromettere la capacità delle generazioni future e delle categorie più deboli. Per Eurobet significa valorizzare le realtà che insistono su quel territorio e affiancarle nei progetti che mirano all'inclusione sociale.

Nel 2022 abbiamo dato vita al nostro primo *CSR Event*, iniziativa realizzata a nome della Fondazione Entain e dedicata al sostegno delle realtà del terzo settore impegnate quotidianamente in tutta Italia nello sviluppo di progetti di inclusione sociale attraverso la pratica sportiva.

L'evento è stato un'occasione di confronto tra rappresentanti delle istituzioni e dello sport, il dibattito si è incentrato sulle azioni necessarie per potenziare le sinergie tra pubblico, privato e terzo settore al fine di rendere sempre più efficaci i risultati dei progetti rivolti a garantire inclusione sociale attraverso la pratica dello sport.

Siamo stati orgogliosi di premiare le seguenti proposte progettuali giunte alla Fondazione Entain:



ASD ADRIANA: LE AVVENTURE DI SIMONE

La storia di Simone, ragazzo con sindrome di down, diventato campione di Judo è diventata un libro a fumetti che verrà portato nelle scuole per diffondere la cultura dell'inclusione tra i ragazzi di elementari e medie.



I ROMANES: I WHEEL RUGBY CAMP

I Romanes vogliono creare un *camp* estivo di alta specializzazione per giocatori di rugby in carrozzina a Piancavallo (Pordenone) che avranno l'opportunità di allenarsi con professionisti sportivi.



CLUB SCHERMISTICO PARTENOPEO: UN PUNTO OLTRE LE BARRIERE

Il Club intende riqualificare una parte dei locali della palestra per renderli fruibili alla platea dei soggetti diversamente abili, organizzando corsi e competizioni di scherma totalmente integrati tra atleti disabili e normodotati.



ASD SPORTINSIEME: PADEL MIXTO, CON E SENZA DISABILITÀ SULLO STESSO CAMPO

Già fautori del primo torneo di Padel misto italiano tra giocatori con disabilità e non, hanno l'obiettivo di organizzare un torneo di Padel misto a livello Europeo, per moltiplicare le opportunità di coinvolgimento di un numero sempre più alto di giocatori in tutta Europa.



LIFE ONLUS: UN MARE DI OPPORTUNITÀ

Vuole creare un'innovativa accademia itinerante di formazione, attraverso l'uso di un'imbarcazione accessibile ai diversamente abili, dove vivere il mare e praticare discipline sportive acquatiche quali: Nuoto; Corsi sub; motonautica e pesca sportiva.



TEAM VOLLEY LAGO: IL TERRITORIO DELLO SPORT, LO SPORT NEL TERRITORIO, PROGRAMMA SPORTIVO EDUCATIVO SOCIALE

Il Team si propone di ampliare l'offerta sportiva nel territorio di Bracciano, organizzando attività dilettantistiche e corsi didattico-sportivi e ricreativi inoltre programmi di allenamenti e gare destinati a persone diversamente abili allo scopo di fornire loro opportunità di sviluppo sociale, fisico e mentale.



PROGETTO FILIPPIDE: AUTISMO IN CORSA

Il progetto intende fornire ai soggetti affetti da disturbi dello spettro autistico, la possibilità di migliorare le proprie capacità e potenzialità offrendo sedute di attività sportive bisettimanali con gruppi di 10 beneficiari e 10 operatori/istruttori.



OBIETTIVO 3: LA GRANDE STAFFETTA

Una staffetta dove gli atleti percorreranno la propria tappa in *handbike*, bicicletta o carrozzina olimpica, per dimostrare che le disabilità fisiche e mentali non sono un limite, ma una diversa opportunità di vita e che si può reagire di fronte ad ogni difficoltà.



SPORTFUND: MOVE UP!

Promuovere l'insostituibile funzione sociale dello sport per l'inclusione delle persone disabili con l'istituzione di corsi settimanali presso le palestre di arrampicata partner, sperimentando nuove soluzioni didattiche e formando tecnici specializzati nell'autismo.

Le attività a sostegno del benessere dei dipendenti

Le persone sono al centro della strategia di sostenibilità di Eurobet in quanto cuore e anima dell'azienda e dei suoi successi. Per questo ci poniamo come principale obiettivo di agire per garantire un elevato livello di benessere alle nostre persone.

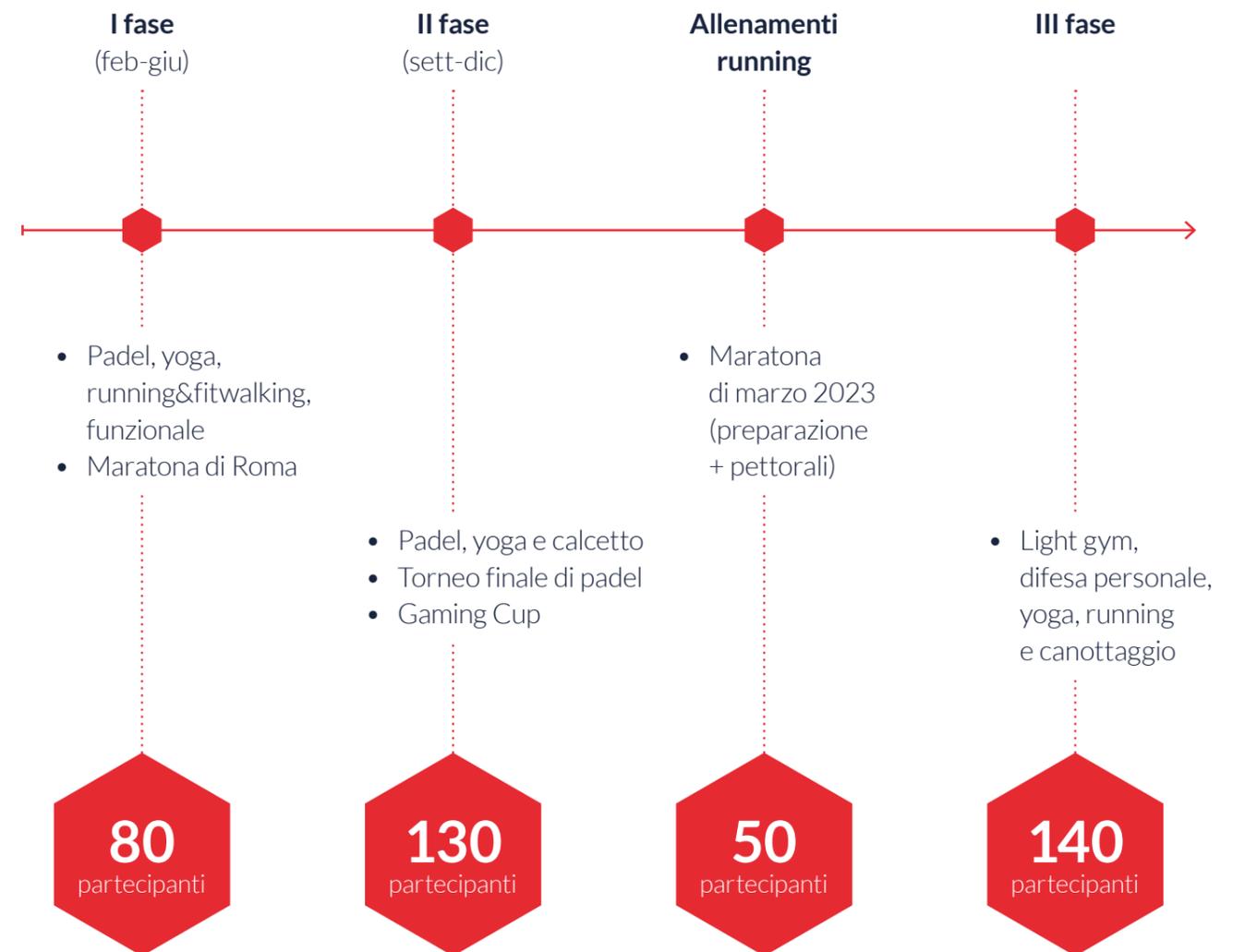
Per raggiungere questo scopo l'azienda ha realizzato diversi progetti che supportano le sue risorse, prima tra tutte il programma **Wellbeing for Good** volto a migliorare il benessere dei dipendenti attraverso la pratica sportiva.

Il progetto in collaborazione con la *charity* Sport Senza Frontiere consiste in allenamenti settimanali di Padel, yoga, *running*, calcetto, funzionale e difesa personale con trainer specializzati rivolti a tutto il personale.

I VANTAGGI DEL BENESSERE IN AZIENDA ATTRAVERSO LO SPORT



LE FASI DEL PROGETTO NEL 2022



Le iniziative a supporto delle persone

Durante tutto l'anno Eurobet propone iniziative rivolte all'ambiente e al sostegno di realtà che operano sul territorio nei confronti di categorie più svantaggiate.



AVIS

Eurobet organizza periodicamente delle giornate di donazione del sangue in collaborazione con Avis, Associazione Volontari Italiani del Sangue, aprendo le porte della propria sede a tutti i dipendenti e anche alle realtà aziendali limitrofe.



UNICHE MA PLURALI

In occasione della Festa della Donna l'azienda ha deciso di offrire a tutte le sue dipendenti i libri della casa editrice Le Plurali, una casa editrice femminista, indipendente, inclusiva, curiosa.



M'ILLUMINO DI MENO

Da anni l'azienda aderisce all'iniziativa "Mi illumino di meno", giornata del risparmio energetico e degli stili di vita sostenibili lanciata da Caterpillar e Radio2 nel 2005. Una iniziativa diventata simbolo della lotta agli sprechi e dei comportamenti nel rispetto dell'ambiente. I dipendenti hanno contribuito con piccoli gesti quotidiani, piantando dei fiori, cenando a lume di candela, riciclando oggetti in disuso dando loro nuova vita, utilizzando la bicicletta al posto dell'auto.

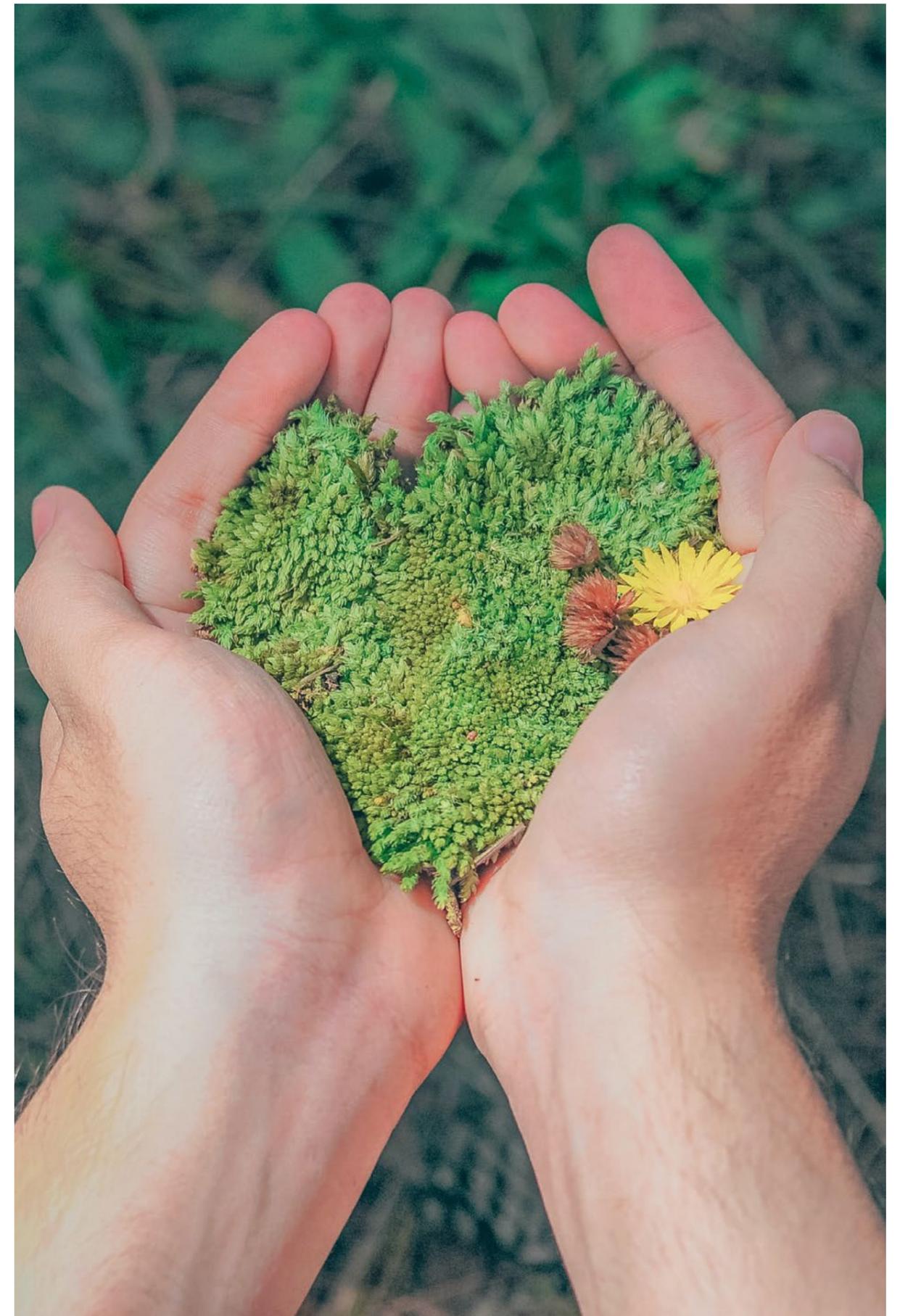
CHARITY



A sostegno della popolazione Ucraina colpita dal terribile conflitto, molti dipendenti dell'azienda hanno deciso di preparare dei pacchi di beni di prima necessità e farmaci che sono stati consegnati alla Basilica di Santa Sofia per essere poi trasportati direttamente in Ucraina come aiuti umanitari.



Le scatole di Natale è un progetto di solidarietà che ha lo scopo di regalare un po' di gioia ai più bisognosi nel periodo natalizio. L'azienda ha aderito all'iniziativa con l'obiettivo di approfondire insieme il senso più profondo del Natale: il Dono.

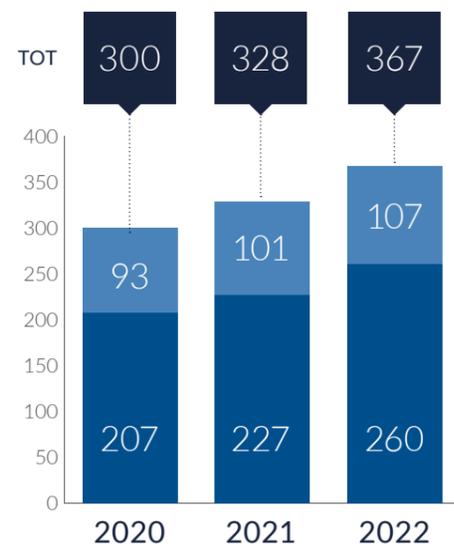


Le performance dell'azienda

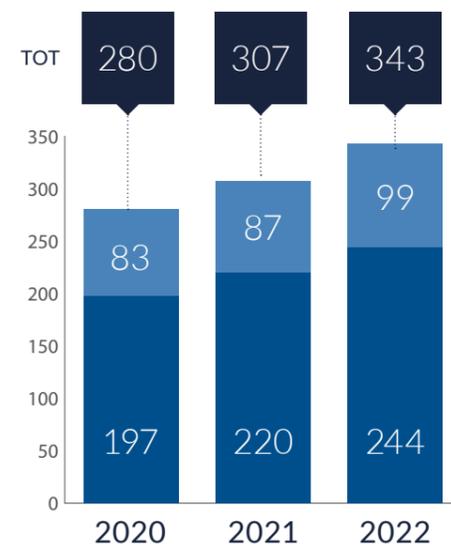
GRI 2-7 Dipendenti

● Uomini ● Donne

Numero totale di dipendenti



Numero totale di dipendenti a tempo indeterminato



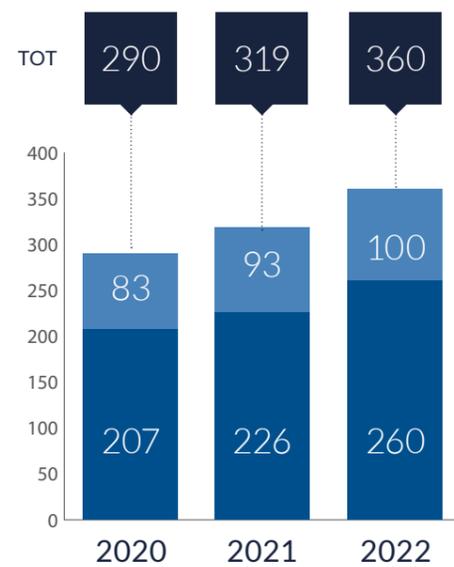
Numero totale di dipendenti a tempo determinato



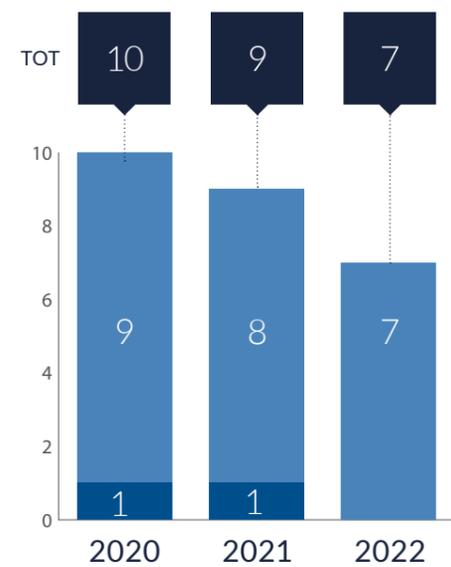
Numero totale di dipendenti con orario non garantito

Nei tre anni di rendicontazione non sono stati registrati dipendenti con orario non garantito.

Numero totale di dipendenti full time



Numero totale di dipendenti part time



GRI 406-1 Episodi di discriminazione e misure correttive adottate

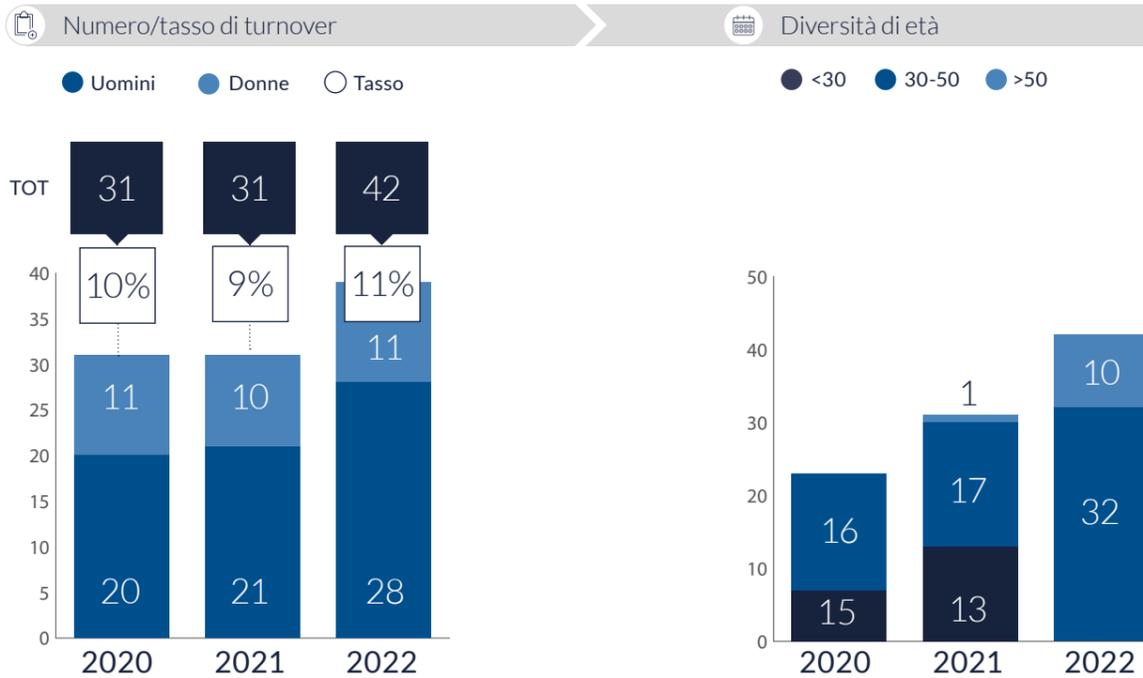
GRI 2-27 Conformità a leggi e regolamenti

Negli anni di rendicontazione 2020-21-22 non sono stati registrati episodi o casi nelle materie indicate dai GRI riportati.

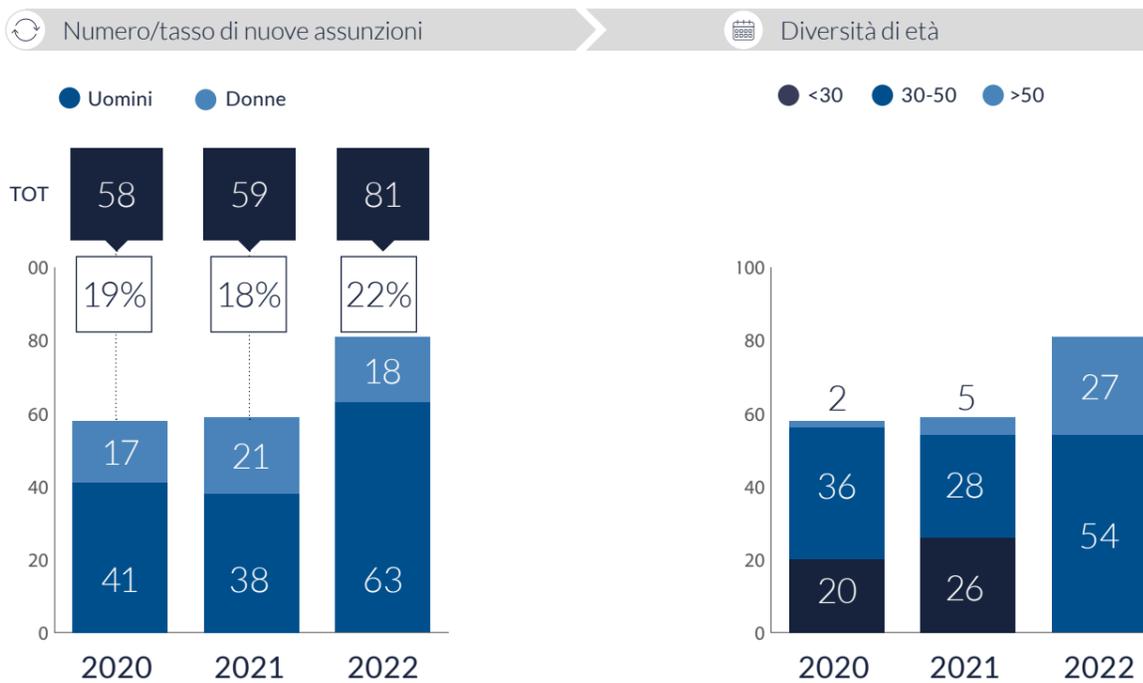
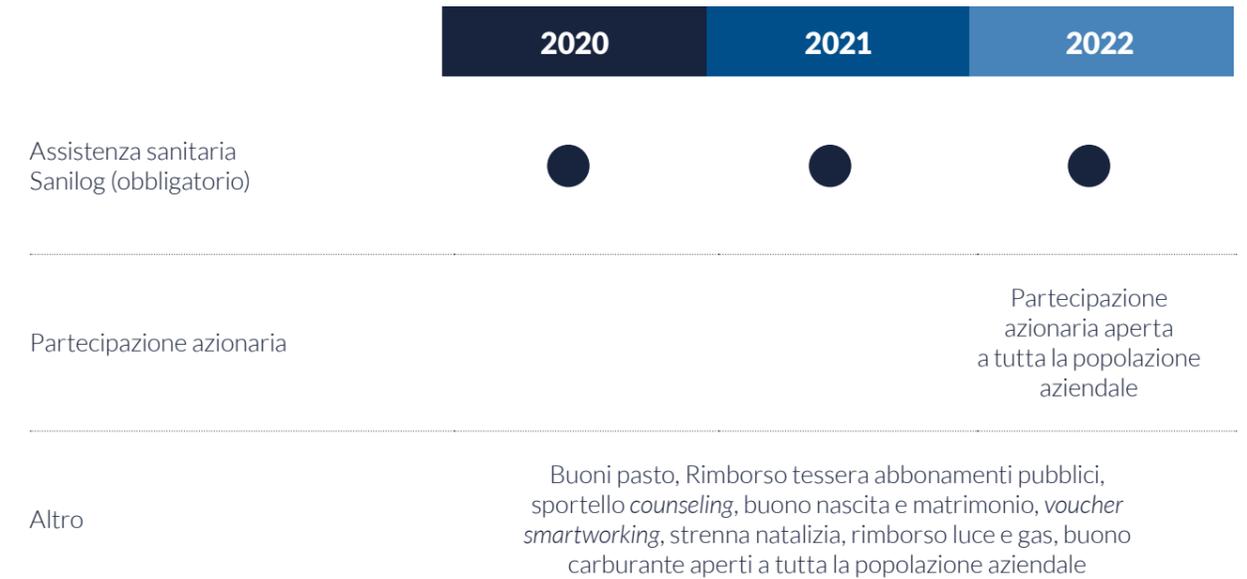
Le performance dell'azienda



GRI 401-1 Nuove assunzioni e turnover



GRI 401-2 Benefit previsti per i dipendenti



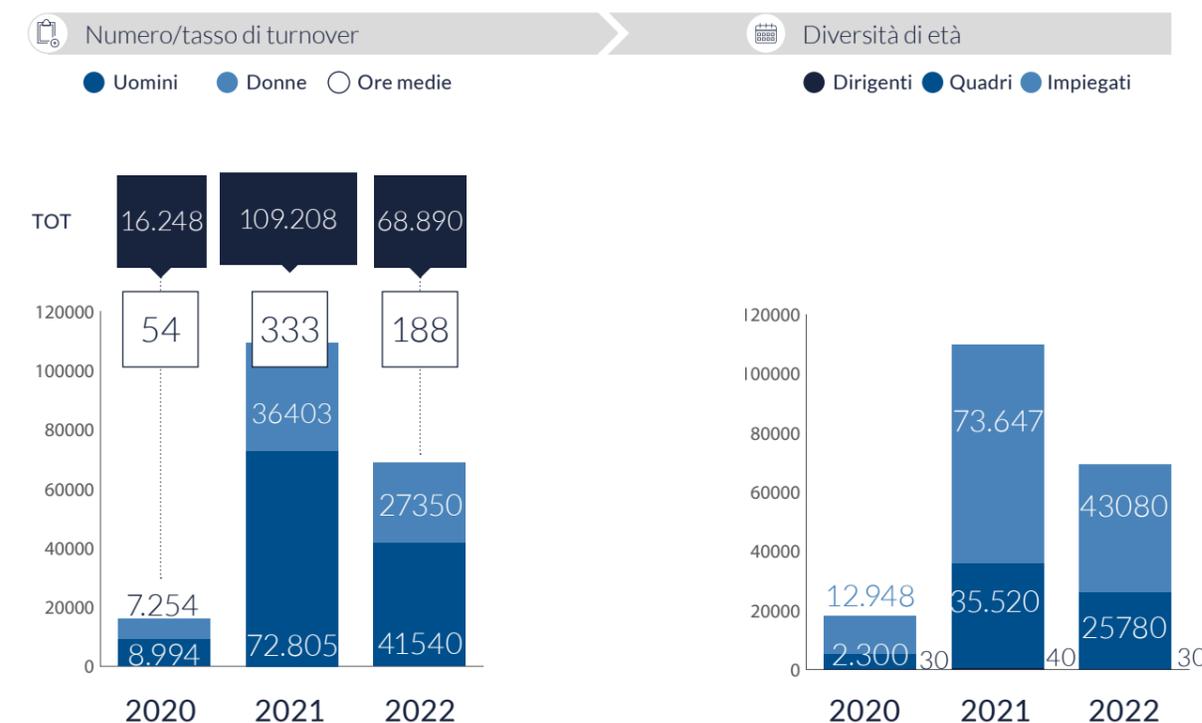
Le performance dell'azienda

 GRI 403-9 Infortuni sul lavoro	2020	2021	2022
Numero e tasso di decessi per infortuni	0	0	0
Numero infortuni registrabili	2	0	3
Tasso infortuni registrabili	3,82	0,00	5,56
Tipologie principali di infortuni sul lavoro	-	-	<i>In itinere</i>
Specificare se i tassi sono stati calcolati su base 200.000 o 1.000.000 di ore lavorate	1.000.000	1.000.000	1.000.000
Numero ore lavorate	523.319	573.802	539.179

Filiera Ecovadis SUP600	2020	2021	2022
Numero di giornate perse per infortunio	-	-	61
Tasso di gravità degli LTI per i lavoratori diretti	-	-	0,11

 GRI 403-10 Malattie Professionali	2020	2021	2022
Numero di decessi derivanti da malattie professionali	0	0	0
Numero di casi di malattie professionali registrabili	0	0	0

GRI 404-1 Ore medie di formazione annua



GRI 404-2 Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti

	2020	2021	2022
Tipologia e ambito dei programmi implementati e assistenza fornita per accrescere le competenze dei dipendenti	corsi soft skills, corsi tecnici (IT, finance, ecc), corsi linguistici (inglese e francese), percorsi manageriali	corsi soft skills, hard skills, linguistici	corsi soft skills, hard skills, linguistici, formazione esperienziale (TB)

GRI 404-3 Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale



Le performance dell'azienda

 **GRI 405-1** Diversità tra gli organi di governo e tra i dipendenti

 UOMINI  DONNE	2020	2021	2022
A. N° TOTALE COMPONENTI ORGANI DI GOVERNO (MANAGER E DIRETTORI)	54	56	58
	72%	73%	72%
	28%	27%	28%
% <30	0%	0%	0%
% 30-50	72%	73%	67%
% >50	28%	27%	33%
B. N° TOTALE DIPENDENTI	246	272	309
	69%	68%	71%
	31%	32%	29%
% <30	17%	15%	15%
% 30-50	77%	80%	77%
% >50	6%	4%	8%

 **GRI 405-2** Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini

	2020	2021	2022
LIVELLO 1	94%	96%	86%
LIVELLO 2	92%	91%	96%
LIVELLO 3	98%	97%	105%
LIVELLO 4	99%	96%	98%
LIVELLO 5	96%	100%	77%
LIVELLO 6	0%	101%	0%
LIVELLO DIRIGENTE	59%	59%	64%
LIVELLO QUADRO	69%	91%	94%

Sostenibilità Economica

La strategia di sostenibilità, giunta al suo secondo anno di attuazione, ha posto tre tematiche al centro della “governance” aziendale: la fornitura di prodotti sicuri a partire dalla loro progettazione, il supporto ai clienti a rischio di problematiche legate al gioco e l’affidabilità dei punti vendita. Le attività realizzate nel 2022 e gli impegni programmati nel 2023 sono dettagliati nello schema sottostante.

OBIETTIVI STRATEGICI

ATTIVITÀ PROGRAMMATE 2022

REALIZZAZIONE (PROGRESSO IN %)

ATTIVITÀ PROGRAMMATE 2023



Fornitura di prodotti sicuri, a partire dal loro design

Creazione di gruppi di lavoro dedicati all’innovazione di prodotto

70%

Continuare nell’attività di gruppi di lavoro interfunzionali

Mettere sempre la salute e sicurezza del consumatore al centro di uno sviluppo innovativo

90%

Track my bet/ Cashout/ Readybet/Tutorial

Track my bet virtual

Creazione di laboratori “Martech”, laboratorio sperimentale tra Marketing e It volto a sviluppare ed individuare soluzioni personalizzate per il cliente a basso impatto tecnologico

Pagine statistiche *virtual*



Supporto ai clienti a rischio di problematiche legate al gioco

Certificazione 27001

100%

Formazione alla rete di vendita ed ai reparti aziendali che hanno contatti con i giocatori

80%

Gordon Moody: ha svolto la formazione sul gioco responsabile che ha coinvolto circa il 60% di tutta la popolazione aziendale. Il 100% delle persone che lavorano nei reparti a contatto diretto con i giocatori è stata fornita formazione più approfondita e specifica

Formazione alla rete di vendita ed ai reparti aziendali che hanno contatti con i giocatori + e-learning a tutta la popolazione aziendale

Progetto ARC (online e retail)

A dicembre 2022 le prime funzionalità di ARC sono state applicate anche alla customer base di Eurobet

Rilascio del programma sui tre brand di Entain e contestuale attivazione del servizio che prevede l’intervento di un team specializzato di gioco responsabile che, attraverso un contatto digitale e telefonico analizza ogni situazione in modo puntuale fornendo il massimo supporto al giocatore

Sostenibilità Economica



OBIETTIVI STRATEGICI



ATTIVITÀ PROGRAMMATE 2022



REALIZZAZIONE (PROGRESSO IN %)



ATTIVITÀ PROGRAMMATE 2023

Riposizionamento dell'architettura del pv come aggregatore sociale

Processo di *restyling* delle sale volto a modificare tutti gli spazi interni per ottenere dei locali moderni, snelli e dal design pulito e da sistemi sostenibili di illuminazione e areazione. Il nuovo *layout* vuole rendere il punto vendita un luogo di aggregazione sociale con un occhio alla tecnologia e alla sua funzionalità

45% di negozi di gioco soggette a *restyling*

Realizzate 45 sale soggette a *restyling* (22,5% sul totale calcolato sulla base dei pv operativi da più tempo)

Trustability del punto vendita e del brand Eurobet

Rafforzamento della linea Eurobet Cafè

Il progetto è ripartito dopo lo stop dovuto al Covid. Nel 2022 21 Eurobet Cafè, (7% calcolato sulla rete dei 350 corner)

Si stima di raggiungere un 10% totale della rete degli attuali corner attivi, attraverso la realizzazione di 9 Eurobet Cafè

Offerta di nuove soluzioni tecnologiche e di nuovi *device*

Il progetto *videowall* per le sale più grandi permette la trasmissione ad alta risoluzione degli eventi nonché delle comunicazioni provenienti dall'azienda a maggior impatto sulla rete di vendita. 40 *videowall* totali (1 per sala)

Offerta di nuove soluzioni tecnologiche e di nuovi *device* (ulteriore allargamento rete *videowall* su territorio nazionale e ricerca di nuovi sistemi software per la regia centralizzata dei PV) per migliorare l'esperienza di gioco. 60 *videowall* - 70 *Bet Service* (entrambi 1 per sala)



Il ruolo del marketing nelle politiche di protezione del consumatore

La sostenibilità non rappresenta per le aziende una moda o un trend passeggero ma una direttrice di sviluppo necessaria per rispondere a un consumatore sempre più attento. In questo contesto, il supporto ai clienti è uno dei temi principali nella strategia di Eurobet: trasparenza, etica, correttezza, attenzione sono i valori ricercati dal consumatore nella sua esperienza di gioco.

L'applicazione concreta del concetto di sostenibilità al marketing nella nostra azienda, ha due aspetti principali: il primo riguarda l'implementazione di strumenti che ci consentano di intercettare, in maniera predittiva, situazioni potenzialmente anomale nei comportamenti di gioco dei nostri clienti. Il secondo aspetto strategico riguarda il supporto al cliente: lavoriamo quotidianamente nel comprendere gli interessi, le preferenze di gioco, i comportamenti del cliente affinché il rapporto con il nostro brand sia basato sulla fiducia, come avviene per qualunque altro prodotto che i consumatori scelgono sul mercato". Questo il pensiero di Alexis Grigoriadis – Marketing Director Eurobet.

Cosa comporta oggi comunicare per una azienda del settore del gaming? E quale è l'attenzione per i target che l'agenda 2030 ha fissato per sostenere scelte di consumo consapevoli?

Prima di tutto dobbiamo analizzare il contesto in cui la nostra azienda opera anche in termini regolatori. Il mercato del gaming è sottoposto alle regole del cosiddetto Decreto dignità che vieta qualsiasi forma di pubblicità, anche indiretta, relativa a giochi o scommesse. Da ciò deriva inevitabilmente una difficoltà nel comunicare anche temi non direttamente correlati alla promozione dei prodotti ai nostri principali stakeholders.

Cerchiamo, nonostante il contesto, di impegnarci con campagne informative rivolte ai nostri clienti al fine di assicurare chiarezza dell'offerta di gioco, non solo per essere conformi alle regole, ma perché riteniamo che un consumo responsabile possa creare valore nel tempo. L'obiettivo è di avere un cliente contento e responsabile della propria scelta di intrattenimento e il nostro ruolo attivo per raggiungere tale obiettivo è un'informazione semplice e trasparente.

Chiarezza nei termini e nelle condizioni di gioco ma non solo: servizio clienti a disposizione degli utenti sia attraverso un canale telefonico che via chat, mini-tutorial esplicativi dei prodotti, guide e regolamenti di gioco facilmente accessibili sono solo alcuni esempi degli strumenti messi in campo.



Tra le politiche a protezione del consumatore è il progetto ARC a catturare l'attenzione.

ARC acronimo di Advanced Responsibility and Care Programme è un programma internazionale che si pone l'obiettivo di tutelare il nostro consumatore sfruttando l'intelligenza artificiale. È un progetto ambizioso, unico caso al momento in Italia, per comprendere i comportamenti di gioco, intervenendo ove necessario per supportare ed educare il consumatore ad un gioco responsabile. Come tutti i programmi innovativi, necessita di un periodo di monitoraggio, di analisi dei dati raccolti per migliorare l'interazione con il consumatore, ma posso dire che è questa la direzione che vogliamo intraprendere per avere sempre un rapporto sicuro nel tempo.

Obiettivo: avere sempre più giocatori "ricreativi"

È la traduzione di "recreational player" che viene utilizzata da tutto il Gruppo Entain. Dobbiamo focalizzare la nostra attenzione su una user experience che abbia come modello di riferimento il giocatore "ricreativo", un giocatore che sceglie la nostra proposta tra le svariate offerte di intrattenimento. Le scelte di prodotto che abbiamo intrapreso, gli strumenti a protezione del cliente che abbiamo implementato e lo stile della comunicazione adottata stanno contribuendo in maniera significativa a valorizzare l'aspetto ricreativo e di intrattenimento del gioco e sono certo che contribuirà, con il tempo, a modificare la percezione del settore nell'opinione pubblica.

Alexis Grigoriadis
Marketing Director

Le performance dell'azienda

GRI 201-1 Valore Economico Direttamente Generato e Distribuito

Il calcolo del Valore economico distribuito evidenzia il valore economico direttamente generato da un'impresa nel corso del periodo e la sua distribuzione ai diversi *stakeholder* interni ed esterni.

La tabella seguente è stata redatta rielaborando il conto economico del Bilancio di esercizio.

		2020	2021	2022
A	VALORE ECONOMICO GENERATO: RICAVI	€ 330.936.936	€ 371.379.994	€ 470.418.922
B	VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO	€ 266.244.511	€ 295.080.249	€ 370.266.080
B1	COSTI OPERATIVI	€ 144.179.517	€ 159.045.200	€ 207.284.683
B2	SALARI E BENEFIT DEI DIPENDENTI	€ 19.323.811	€ 23.543.688	€ 25.294.524
B3	PAGAMENTI A FORNITORI DI CAPITALI	€ 40.185	€ 55.637	€ 365.179
B4	PAGAMENTI ALLA P.A.	€ 102.558.498	€ 112.382.074	€ 137.129.252
B5	INVESTIMENTI NELLA COMUNITÀ	€ 142.500	€ 53.650	€ 192.442
C	VALORE ECONOMICO TRATTENUTO (A-B)	€ 64.692.424	€ 76.299.745	€ 100.152.842

GRI 204-1 Pratiche di approvvigionamento

Eurobet chiede a tutti i fornitori di adottare comportamenti coerenti con i suoi principi di legalità e di etica, con la tutela dei diritti umani del lavoro, della salute e sicurezza, della sicurezza delle informazioni e dell'ambiente. La prevalenza di fornitori nazionali e locali è determinata dalla specificità del business, in particolare dall'esigenza di dover soddisfare il proprio fabbisogno in tempi molto brevi per garantire la massima sicurezza del sistema con una maggiore competitività in termini di qualità del servizio, contribuendo così anche alla riduzione dei relativi impatti ambientali.

Gli approvvigionamenti che riguardano lo svolgimento di attività legate al core business di Eurobet che comprendono principalmente le forniture di materiali e di apparecchiature tecnologiche, appalti di lavori e servizi nel settore della gestione della rete in *franchising* sono gestiti ricorrendo a criteri di sostenibilità, principalmente al criterio di salvaguardia e valorizzazione delle realtà territoriali esistenti.

La prevalenza di fornitori nazionali e locali è determinata dalla specificità del business, in particolare dall'esigenza di dover eseguire gli interventi in tempi molto brevi per garantire la massima sicurezza del sistema con una maggiore competitività relativamente alla qualità del servizio.

	Tot. Anno (K€)	Tot. Italia (K€)	Tot. Lazio (K€)
2020	34.254	23.251	8.256
%		68%	24%
2021	38.116	28.441	6.948
%		74,6%	18,2%
2022	54.123	36.325	11.432
%		67%	21%
TOTALE 3 ANNI	126.493	88.017	26.636
% SU TOTALE		70%	21%
% LAZIO SU ITALIA			30%

Le performance dell'azienda

GRI Disclosure	Indicatore	2020	2021	2022
GRI 417-1 Requisiti in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	Informazioni richieste dalle procedure dell'organizzazione in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	Sulla piattaforma di gioco online e sulle app di gioco sono presenti messaggi informativi, loghi di garanzia, probabilità di vincita e formule di avvertimento, realizzati e aggiornati costantemente dalla Direzione Marketing		
GRI 417-2 Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	Numero totale di casi di non conformità con normative o codici di auto-regolamentazione in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	Negli anni di rendicontazione 2020/21/22 non sono stati registrati episodi o casi nelle materie indicate dai GRI riportati.		
GRI 417-3 Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing	Numero totale di casi di non conformità con normative o codici di auto-regolamentazione in materia di comunicazioni di marketing, tra cui pubblicità, promozione e sponsorizzazioni			
GRI 418-1 Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita dati dei clienti	Numero totale delle denunce comprovate ricevute riguardanti le violazioni della privacy dei clienti			
GRI 418-2 Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita dati dei clienti	Numero totale rilevato di fughe, furti o perdite di dati dei clienti			
GRI 419-1 Non conformità con leggi e normative in materia sociale ed economica	Pene pecuniarie significative e sanzioni non monetarie per la non conformità con leggi e/o normative in materia sociale ed economica			



GRI 205-3 Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese

Numero totale e la natura degli episodi di corruzione accertati

2022

0



GRI 205-2 Comunicazione e formazione in materia di politiche e procedure anticorruzione

Numero totale di membri dell'organo di governo a cui sono state comunicate le politiche e le procedure in materia di anticorruzione dell'organizzazione

2022

5

La percentuale di membri dell'organo di governo a cui sono state comunicate le politiche e le procedure in materia di anticorruzione dell'organizzazione, suddivisi per regione

100%

Numero totale di dipendenti a cui sono state comunicate le politiche e le procedure di anticorruzione

Tutti i dipendenti

La percentuale di dipendenti a cui sono state comunicate le politiche e le procedure di anticorruzione

100%

Numero totale di partner commerciali a cui sono state comunicate le politiche e le procedure di anticorruzione

Comunichiamo a tutti il modello 231

La percentuale di partner commerciali a cui sono state comunicate le politiche e le procedure di anticorruzione

100%

Numero totale di membri dell'organo di governo che hanno ricevuto formazione in materia di anticorruzione

5

La percentuale di membri dell'organo di governo che hanno ricevuto formazione in materia di anticorruzione

100%

Numero totale di dipendenti che hanno ricevuto una formazione in materia di anticorruzione

Tutti i dipendenti

La percentuale di dipendenti che hanno ricevuto una formazione in materia di anticorruzione

100%

Legalità Cybersecurity Ecovadis FBP600

2022

KPI relativi alla procedura di segnalazione interna (whistleblowing)

0

Numero di incidenti confermati relativi alla sicurezza informatica

2

Il metodo di redazione

L'appendice contiene i riferimenti utilizzati per la redazione del report, l'indice degli indicatori GRI utilizzati e un glossario per una miglior comprensione di alcune terminologie utilizzate.

I confini del Report Integrato

Il Report di Integrato 2022 di Eurobet rappresenta il risultato del secondo ciclo di rendicontazione pubblicata annualmente che l'azienda ha implementato per informare efficacemente i portatori d'interesse sulle proprie performance di sostenibilità. Il presente documento intende fornire un'informazione sul modello di gestione, le politiche praticate, i principali rischi, opportunità ed effetti legati alle tematiche ESG individuate come materiali. Lo scopo ultimo è quello di dare evidenza delle azioni intraprese rispetto agli obiettivi di sostenibilità fornendo un riscontro alle legittime attese di tutti i portatori di interesse di Eurobet.

I principi di redazione

La redazione del Report si ispira a diversi principi che fanno riferimento a framework, standard ed indicatori tipici della rendicontazione di sostenibilità:

- l'International Reporting Framework (<IR>) pubblicati dall'International Integrated Reporting Council (IIRC) per la parte relativa al focus strategico e orientamento al futuro, la relazione con gli stakeholder e la materialità, l'attendibilità e completezza delle informazioni
- Il Global Reporting Initiative (GRI, opzione GRI-Referenziata) per la misurazione delle performance di Eurobet Italia S.r.l. ai Sustainable Development Goals (SDGs) delle Nazioni Unite in riferimento alle implicazioni delle tematiche rilevanti sugli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile.



Il metodo di redazione

Indicatori GRI

GRI STANDARDS	DESCRIZIONE	PAGINA
GRI 2: Informativa Generale 2021	2-1 Dettagli organizzativi	11
GRI 2: Informativa Generale 2021	2-2 Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	11
GRI 2: Informativa Generale 2021	2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti di business	14, 36
GRI 2: Informativa Generale 2021	2-7 Dipendenti	14, 84
GRI 2: Informativa Generale 2021	2-9 Struttura e composizione della governance	20
GRI 2: Informativa Generale 2021	2-11 Presidente del massimo organo di governo	20
GRI 2: Informativa Generale 2021	2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	4, 49, 50
GRI 2: Informativa Generale 2021	2-23 Policy commitments	24
GRI 2: Informativa Generale 2021	2-27 Conformità a leggi e regolamenti	85
GRI 2: Informativa Generale 2021	2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	42
GRI 3: Temi materiali 2021	3-1 Processo di determinazione dei temi materiali	44
GRI 3: Temi materiali 2021	3-2 Elenco di temi materiali	44
GRI 201: Performance Economiche 2016	201-1 Valore Economico Direttamente Generato e Distribuito	98
GRI 201: Performance Economiche 2016	204-1 Pratiche di approvvigionamento	99
GRI 204: Pratiche di approvvigionamento 2016	205-1 Operazioni valutate per determinare i rischi relativi alla corruzione	22
GRI 205: Anticorruzione 2016	205-2 Comunicazione e formazione in materia di politiche e procedure anticorruzione	101
GRI 205: Anticorruzione 2016	205-3 Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese	100
GRI 205: Anticorruzione 2016	205-3 Incidenti confermati di corruzione e misure adottate	22
GRI 206: Comportamento anticompetitivo 2016	206-1 Azioni legali relative a comportamento anticompetitivo, attività di trust e prassi monopolistiche	22
GRI 302: Energia 2016	302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione	68
GRI 302: Energia 2016	302-3 Intensità energetica	68
GRI 303: Acqua e scarichi idrici 2018	303-3 Prelievo idrico	68
GRI 305: Emissioni 2016	305-1 Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	70
GRI 305: Emissioni 2016	305-2 Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	70

GRI STANDARDS	DESCRIZIONE	PAGINA
GRI 305: Emissioni 2016	305-3 Altre emissioni indirette di GHG (Scope 3)	70
GRI 305: Emissioni 2016	305-4 Intensità delle emissioni di GHG (location based)	71
GRI 306: Rifiuti 2020	306-3 Rifiuti prodotti	72
GRI 401: Occupazione 2016	401-1 Nuove assunzioni e turnover	86
GRI 401: Occupazione 2016	401-2 Benefit previsti per i dipendenti	87
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro 2018	403-9 Infortuni sul lavoro	88
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro 2018	403-10 Malattie Professionali	88
GRI 404: Formazione e istruzione 2016	404-1 Ore medie di formazione annua	89
GRI 404: Formazione e istruzione 2016	404-2 Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti	89
GRI 404: Formazione e istruzione 2016	404-3 Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale	89
GRI 405: Diversità e pari opportunità 2016	405-1 Diversità tra gli organi di governo e tra i dipendenti	90
GRI 405: Diversità e pari opportunità 2016	405-2 Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini	91
GRI 406: Non discriminazione 2016	406-1 Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	85
GRI 417: Marketing ed etichettatura 2016	417-1 Requisiti in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	100
GRI 417: Marketing ed etichettatura 2016	417-2 Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	100
GRI 417: Marketing ed etichettatura 2016	417-3 Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing	100
GRI 418: Privacy dei clienti 2016	418-1 Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita dati dei clienti	100
GRI 418: Privacy dei clienti 2016	418-2 Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita dati dei clienti	100
GRI 419: Compliance socioeconomica 2016	419-1 Non conformità con leggi e normative in materia sociale ed economica	100
Legalità Cybersecurity	Ecovadis FBP600	101
Filiera	Ecovadis SUP600	88

Dichiarazione d'uso Eurobet Italia S.r.l ha rendicontato le informazioni citate in questo indice dei contenuti GRI per il periodo dal 1° gennaio 2022 al 31 dicembre 2022 con riferimento agli Standard GRI.

Utilizzo GRI 1 GRI 1 - Principi Fondamentali - versione 2021

Glossario

Business model: Sistema organizzativo tramite cui un'organizzazione, attraverso le proprie attività aziendali, trasforma gli input in outputs e outcomes (impatti) e che mira a soddisfare gli scopi strategici dell'organizzazione e a creare valore nel breve, medio e lungo termine.

Capitali: Sei tipologie di risorse attraverso le quali l'azienda può creare valore.

- **Finanziario:** le risorse finanziarie (forme di finanziamento, equity ecc.) attraverso cui produrre beni o servizi
- **Produttivo:** risorse fisiche (edifici, impianti, attrezzature) utilizzate per produrre beni o servizi
- **Intellettuale:** risorse immateriali corrispondenti al capitale organizzativo e al valore della conoscenza
- **Umano:** competenze, capacità ed esperienza delle persone e la loro motivazione ad innovare
- **Sociale e relazionale:** capacità di condividere informazioni per aumentare il benessere individuale e collettivo
- **Ambientale:** processi e risorse ambientali che forniscono beni o servizi per il successo di un'organizzazione

ESG (Environmental, Social, Governance): indica le dimensioni della sostenibilità con cui le attività di un'organizzazione vengono valutate, non solo da un punto di vista economico e di governance, ma anche da un punto di vista ambientale e sociale.

Governance: Le persone o organizzazione(i) (ad es. il consiglio di amministrazione o un amministratore fiduciario aziendale) con la responsabilità di supervisionare la direzione strategica di un'organizzazione e dei suoi obblighi in materia di responsabilità e amministrazione. Per alcune organizzazioni e giurisdizioni, coloro incaricati della governance possono includere la gestione esecutiva.

Inputs: Capitali (risorse finanziarie e non) a cui l'organizzazione attinge per le sue attività commerciali.

Integrated reporting: Un processo fondato sul pensiero integrato che si traduce in un report periodico integrato di un'organizzazione sulla creazione, la conservazione o l'erosione di valore nel tempo, nonché le comunicazioni relative agli aspetti della creazione di valore.

Outcomes (Impatti): Le conseguenze interne ed esterne (positive e negative) sui capitali a seguito delle attività e dei risultati aziendali di un'organizzazione.

Outputs: I prodotti e i servizi generati da un'organizzazione, ed eventuali sottoprodotti e rifiuti.

Performance: I risultati di un'organizzazione relativi ai suoi obiettivi strategici e i suoi risultati in termini dei suoi effetti sui capitali.

SDGs (Sustainable Development Goals): 17 obiettivi delle Nazioni Unite da raggiungere entro il 2030. Questi obiettivi fungono da linea guida per contribuire allo sviluppo globale, promuovere il benessere umano e proteggere l'ambiente.

Stakeholders: Gruppi o individui che possono ragionevolmente essere influenzati in modo significativo dalle attività aziendali di un'organizzazione, dagli output o dai risultati di un'organizzazione o le cui azioni possono ragionevolmente avere un impatto significativo sulla capacità dell'organizzazione di creare valore nel tempo. Le parti interessate possono includere fornitori di capitale finanziario, dipendenti, clienti, fornitori, partner commerciali, comunità locali, ONG, gruppi ambientalisti, legislatori, autorità di regolamentazione e decisori politici, partner commerciali, comunità locali, ONG, gruppi ambientalisti, legislatori, autorità di regolamentazione e decisori politici.

EUROBET  | **Σntain**