

LA RESPONSABILITÀ NELLA COMUNICAZIONE E NEL MARKETING DEL GRUPPO NOVOMATIC



MISSION

In qualità di operatore impegnato nella promozione del Gioco Responsabile e del valore della responsabilità in ogni ambito del proprio business, il Gruppo NOVOMATIC Italia mantiene i più alti standard etici e d'integrità aziendale.

La presentazione dei servizi di gioco, l'interazione con i clienti e il rapporto con il pubblico sono un riflesso diretto di questa strategia, quindi ogni prodotto di Comunicazione e Marketing è progettato affinché siano soddisfatte esigenze informative necessarie ad un approccio responsabile a 360°.

Rispettiamo il seguente Codice di Condotta:

- **Limitazione nella scelta degli strumenti di comunicazione:** *non utilizziamo mass media diretti a minori.* Nelle nostre pubblicazioni, evitiamo di rivolgerci a target adolescenziali, poiché non possiamo escludere a priori che questi vengano raggiunti dai messaggi. Abbiamo espressamente posto questo limite alle nostre agenzie di comunicazione e monitoriamo che questo requisito sia rispettato.

- **Contenuti**

1. **Forniamo suggerimenti per un approccio consapevole e responsabile con il gioco.**

Nella redazione dei nostri prodotti di Comunicazione e Marketing prestiamo attenzione a evitare la creazione di aspettative irrealistiche che potrebbero ingannare il cliente forniamo informazioni oggettive inserendo i riferimenti alle probabilità di vincita attraverso il website dell'Ente Regolatore.

2. **Informiamo sui supporti disponibili.**

Nei materiali destinati al nostro retail diamo informazioni circa l'assistenza disponibile in caso di problemi di dipendenza da gioco.

3. **La vincita dipende solo dalla fortuna. Questo è un messaggio che diffondiamo chiaramente.**

Il gioco è riconducibile del tutto alla casualità e sottolineiamo come la pratica del gioco non sostituisca un reddito regolare.

4. **Intrattenimento responsabile.**

Tutta la comunicazione del Gruppo NOVOMATIC Italia mira alla protezione dei giocatori e mette in risalto l'importanza di misure preventive rispetto a comportamenti a rischio. Ciò serve a evidenziare il valore del gioco legale, soggetto a un quadro di regole precise.

5. **Scelta del linguaggio consono.**

Prestiamo molta attenzione all'uso di un linguaggio che non sia diretto ad un gruppo di destinatari identificati come target a rischio, e ci assicuriamo che non siano usate espressioni che potrebbero essere fraintese da soggetti particolarmente vulnerabili.

6. **Imagery.** Nelle nostre pubblicazioni in cui vengono ritratte persone ci assicuriamo che superino riconoscibilmente i 18 anni.

7. **Sponsoring.** Prestiamo attenzione ad allineare le nostre attività di sponsorizzazione e partnership ai nostri target in modo che gli adolescenti non siano raggiunti, rispettando il CODICE ETICO e la policy sulle sponsorizzazioni del Gruppo NOVOMATIC Italia.

8. **Campagne aziendali.** I nostri standard di marketing responsabile si applicano anche alle campagne di Comunicazione interna.

