



Comunicato Stampa

Servizi di pagamento

Sicurezza, velocità e accessibilità: ecco cosa vogliono gli Italiani

Bar e Tabacchi sempre più scelti dai consumatori per i loro pagamenti. Sisal con SisalPay si conferma leader dell'innovazione e lancia un nuovo terminale dedicato ai pagamenti

Roma, 19 giugno 2013 – Sicurezza e velocità, flessibilità e capillarità del servizio: ecco cosa desiderano i consumatori quando si parla di gestione dei pagamenti. È quanto emerge dalla ricerca dal titolo “*Scenario evolutivo nei servizi di pagamento: le scelte del consumatore fra canali fisici e digitali*”, realizzata da Ipsos e ISPO per Sisal.

L'indagine, presentata oggi a Roma al Tempio di Adriano, evidenzia infatti che Bar e Tabacchi sono i canali che gli Italiani utilizzano più spesso per pagare bollette, bollettini e ricariche (63% dei casi). Più ancora dell'Ufficio Postale, che si colloca al secondo posto per utilizzo (59%), e delle Banche alle quali si rivolgono il 35% dei consumatori.

Il 65% degli Italiani dichiara di usare ormai assiduamente (34%) - o almeno saltuariamente (31%) - la “moneta elettronica” (carte di credito, prepagate e bancomat). Inoltre, ai due terzi del campione intervistato piace molto (20%) o abbastanza (44%) utilizzare Internet per i propri pagamenti.

Questo lo scenario evolutivo in cui Sisal, attraverso SisalPay, consolida la propria posizione di operatore leader nell'ambito dei servizi di pagamento, mettendo al centro dei nuovi modelli di consumo proprio i bisogni degli Italiani. Basti pensare che in pochi anni il business dei pagamenti ha raggiunto la metà del volume d'affari del Gruppo Sisal: circa 6 miliardi di euro, da 1 che ne valeva solo 5 anni fa. Un'impennata senza precedenti registrata negli ultimi diciotto mesi, con crescita a doppia cifra.

SisalPay conta attualmente in Italia oltre 45mila punti vendita, per rispondere alle esigenze di oltre 10 milioni di consumatori, arrivando ad offrire più di 350 servizi di pagamento con oltre 100 partner. Dalle ricariche telefoniche agli abbonamenti TV, dalle carte prepagate alla biglietteria ferroviaria, dalle bollette al Telepass e ai ticket sanitari. Tutti i settori di pubblico interesse sono presenti nell'ambito delle capacità di servizio di SisalPay.

Sisal si prepara, inoltre, ad espandere la propria presenza sul territorio attraverso il lancio del programma *Stand Alone*, una nuova rete di 5.000 punti vendita dedicata unicamente ai servizi di pagamento. Innovazione, questa, sviluppata internamente dal team SisalPay – età media inferiore ai 35 anni e forte presenza femminile – e affidata per ingegnerizzazione e produzione ad un'azienda italiana leader nel settore dei terminali per il retail.



La nuova rete consentirà ai consumatori e alle aziende di usufruire dei servizi di pagamento anche presso tipologie di punti vendita nuove rispetto al passato, andando ulteriormente incontro alle esigenze di semplificazione e velocità espresse dal mercato. Un percorso di evoluzione tecnologica che, anche attraverso l'abilitazione del pagamento con moneta elettronica, coinvolgerà tutti i punti di pagamento della rete.

SisalPay, infine, arriverà ad essere fruibile anche sul web. La *Piattaforma Digitale* SisalPay avrà naturalmente il vantaggio di essere disponibile in ogni momento, 7 giorni su 7 e 24 ore su 24, fornendo servizi a valore aggiunto come l'archivio delle ricevute e la pianificazione delle scadenze di pagamento.

SisalPay: Comodo pagare così!

Per informazioni: Sisal Comunicazione | Tel. 02 8868.971 | sisalcomunicazione@sisal.it | www.sisal.com

Sisal, nata nel 1946, è stata la prima Azienda italiana a operare nel settore del gioco come concessionario dello Stato. E da oltre 65 anni è protagonista della storia dell'Italia e degli italiani. Oggi il **Gruppo Sisal**, guidato dall'**Amministratore Delegato Emilio Petrone**, è leader nei mercati del gaming - tra i primi dieci operatori nella classifica mondiale - e dei servizi di pagamento con oltre 45.000 punti vendita capillarmente distribuiti sul territorio nazionale. Una rete commerciale che consente all'Azienda di offrire esperienze di intrattenimento innovative e un ampio portafoglio di soluzioni di pagamento. Il Gruppo Sisal gestisce i giochi **SuperEnalotto**, **SiVinceTutto SuperEnalotto**, **Vinci per la Vita - Win for Life** ed **Eurojackpot**. È presente anche nel settore delle scommesse su eventi sportivi con **Sisal Match Point** e online attraverso il canale internet www.sisal.it e le applicazioni mobili dedicate. Da settembre 2010 l'Azienda ha realizzato, inoltre, il nuovo concept retail **Sisal Wincity**, che unisce intrattenimento e ristorazione, con sei sale nelle principali città italiane. Con il brand **SisalPay** l'innovazione è al servizio del consumatore con modalità di pagamento comode, semplici e sicure per bollette, ricariche telefoniche, carte prepagate e molto altro. Sin dalle sue origini la storia di Sisal è pervasa da un forte senso di responsabilità sociale. Un impegno che l'Azienda ha tradotto in un articolato programma di **Responsabilità Sociale** declinato in ambito educativo, culturale, sportivo e scientifico con progetti che mirano alla valorizzazione del talento, alla formazione dei giovani e alla ricerca. La campagna di **Gioco Responsabile** rappresenta l'elemento centrale e distintivo della strategia di sostenibilità sociale di Sisal, che alla tutela dei clienti e delle categorie più vulnerabili rivolge da sempre un'attenzione specifica. Una scelta etica focalizzata su una proposta di intrattenimento trasparente, consapevole e sicuro, certificata da autorevoli Enti internazionali.