

IL MANAGER

SIMONETTA CONSIGLIO

Il gioco è una cosa seria

Un business da 9,7 milioni di euro (in crescita del 18,4% rispetto al 2010) per i marchi **Sisal** che la manager ha il compito di valorizzare ulteriormente

Pugliese di origine (ma di madre romana), **Simonetta Consiglio** – quarant'otto anni il 21 aprile prossimo – è da novembre il nuovo direttore marketing e comunicazione della **Sisal**, l'azienda italiana che per prima nel nostro Paese ha dato vita a un mercato moderno di giochi a pronostico e che da 65 anni gestisce i giochi pubblici affidati in concessione dall'Amministrazione autonoma dei monopoli di Stato.

Dopo aver conseguito nel 1987 la laurea – magna cum laude – alla facoltà di scienze politiche della Luiss di Roma, **Simonetta Consiglio** ha immaginato prima di intraprendere la carriera di ricercatrice universitaria (ha seguito, tra l'altro, un master in business administration specializzandosi in marketing e facendo stage presso la Esso italiana e l'Alitalia) ma ha poi optato ("seguendo il mio istinto") per un impegno nelle grandi aziende.

Arruolata all'Italcable alla fine degli anni Ottanta, società che allora si occupava di telecomunicazioni internazionali, ha fatto il suo ingresso nel marketing per occuparsi dei servizi a valore aggiunto (all'epoca quella voce). Da product manager la sua carriera si è presto orientata verso il campo delle strategie. Dal 1994 al 1996 Consiglio si è trasferita a Francoforte come country manager di Telecom Italia/Italcable e subito dopo ha avuto l'incarico di aprire l'ufficio londinese con le stesse mansioni. "Bisognava consolidare alcune posizioni", racconta, "e ho cominciato a seguire alcune partnership tipiche del mondo delle tlc". Richiamata in Italia nel 1998, è diventata responsabile del marketing dei servizi voce internazionali con il compito di analizzare il mercato e gli scenari competitivi, sviluppare la fidelizzazione e costruire nuove proposte per i clienti.

Agli inizi del nuovo millennio, **Simonetta Consiglio**, tornata nell'ambito strategico, ha assunto sempre per Telecom Italia la carica di director market intelligence con il compito di identificare nuove opportunità di business, sviluppare il marketing e le strategie di vendita insieme agli impianti di implementazione corrispondenti. Vice presidente dell'innovazione business e strategie di Sparkle (uno spin off della stessa Telecom), ha avuto come missione quella di individuare le linee di sviluppo societarie, nuove aree geografiche nel bacino mediterraneo e in Sudamerica, e rinnovare il portafoglio del business. Fino al gennaio 2010 ha continuato a occuparsi intensamente di strategie e innovazione finché è diventata responsabile operativa di due linee business: la prima riguardante la gestione dell'unità voce ("una linea molto vivace e con la responsabilità



Simonetta Consiglio, direttore marketing e comunicazione della **Sisal**.

di oltre 500 clienti") e la seconda, che ha contribuito a creare, riguardante l'offerta dedicata agli operatori mobili.

Giunta in **Sisal**, **Simonetta Consiglio** ha come obiettivo quello di dare un forte impulso al marketing, in sinergia con le tre unità business dell'azienda: la prima che si occupa delle lotterie, la seconda impegnata sull'entertainment (giochi, scommesse sportive eccetera) e la terza – Digital and services – che si occupa del gioco on line e che propone un'offerta di servizi al cittadino con, tra l'altro, il pagamento delle bollette presso le 45mila ricevitorie in cui **Sisal** è presente. Responsabile anche delle ricerche di mercato delle attività di comunicazione (pubblicità e press and media relationship), Consiglio ritiene "molto importante la responsabilità sociale di impresa".

Sisal ha prodotti di indubbia notorietà, dal Supereenalotto al Win for life, dal Gratta e vinci al Bingo, e un sistema di servizi per il cittadino con venti milioni di clienti all'anno. "Si tratta di valorizzare il marchio dell'azienda che ha una storia ricca ma poco conosciuta". Nata nel 1945 da Geo Molo, Fabio Jegher e Massimo Della Pergola, con gli anni si è trasformata e ora la **Sisal Holding Istituto di pagamento spa** svolge attività di direzione e coordinamento del gruppo, autorizzata da Banca d'Italia a operare come istituto di pagamento. Quattro le società operative: **Sisal spa**, attiva nel comparto dei giochi e di 360 servizi per il cittadino, ha siglato con la pubblica amministrazione un protocollo di intesa per il progetto 'Reti amiche', una sinergia tra reti pubbliche e private per aumentare i punti di contatto tra il cittadino e gli enti; **Sisal Match Point spa** opera nel settore delle scommesse basate sullo sport e su numerosi eventi di costume, distribuisce la scommessa Tris, il Totocalcio, il Totogol e Big Match ed è attiva anche on line attraverso Internet e mobile con **Sisal Poker**, **Sisal Bingo**, **Sisal Skill Games** e **Sisal Casino**; **Sisal Slot spa**, attiva nel mercato degli apparecchi da intrattenimento con circa 400 gestori distribuiti sul territorio nazionale, e **Sisal Bingo spa**, controllata da **Sisal Holding Finanziaria**, che dalla seconda metà del 2007 opera nel mercato delle sale Bingo e, da alcuni mesi, nel Bingo on line.

Nei primi nove mesi dello scorso anno il gruppo ha confermato il proprio trend positivo con un volume di affari pari a 9,7 milioni di euro, in crescita del 18,4% rispetto allo stesso periodo del 2010. Segno certo che proprio nei periodi di crisi acuta come quella attuale, il sogno di una vincita aiuta a rendere più sopportabile la dura realtà.

D. S.