

Articoli Selezionati

Repubblica
Affari&Finanza

SISAL

40 Focus Sistemi di pagamento - Altri 5mila punti pay nei prossimi 18 mesi Di Palma Sibilla
Sisal lancia l'attacco digitale e tecnologico

focus sistemi di pagamento

[IL CASO]

Altri 5mila punti pay nei prossimi 18 mesi Sisal lancia l'attacco digitale e tecnologico

NUOVI TERMINALE E PIATTAFORMA WEB AIUTANO LA CRESCITA IN UN CAMPO CHE ASSICURA AL GRUPPO QUASI LA METÀ DEI RICAVI: 6 MILIARDI (1 SOLO NEL 2007). IL MANAGER MAURIZIO SANTACROCE: «VOGLIAMO INTERCETTARE CHI VUOLE FARE PICCOLI PAGAMENTI SOTTO CASA E PORTARE DA 7 A 50 MILIONI GLI UTENTI»

Sibilla Di Palma

Milano

Apertura di 5mila nuovi punti vendita, focus sulla digitalizzazione e ampliamento dell'offerta con nuovi servizi. Così Sisal punta a crescere ancora nell'ambito dei sistemi di pagamento entro i prossimi 18 mesi. «Alcuni anni fa abbiamo deciso di diversificare il nostro business e oggi questo mercato rappresenta quasi la metà del volume d'affari del nostro gruppo, ossia sei miliardi di euro a fronte di un miliardo del 2007» spiega **Maurizio Santacroce**, direttore della *business unit* Digital games and services. «Negli ultimi tre anni in particolare abbiamo premuto l'acceleratore su questo fronte chiedendo alla Banca d'Italia l'autorizzazione a operare come istituto di pagamento».

La strategia è insomma cogliere le opportunità di un mercato che, negli ultimi dieci anni, è andato incontro a profonde modifiche sia sul fronte europeo, con l'introduzione della Sepa, ovvero Area unica dei pagamenti in euro, che mira a omogenizzare i sistemi di pagamento in tutta l'Ue, sia a livello nazionale con le nuove regole di Bankitalia. Cambiamenti che hanno interessato anche gli utenti. Stando a una ricerca realizzata da Ipsos e Ispo per Sisal, la rete di prossimità, ossia bar, tabacchi ed edicole, rappresenta il canale più gettonato dagli italiani per pagare bollette, bollettini e ricariche (63% del campione intervistato), battendo l'ufficio postale usato nel 59% dei casi e le banche (alle quali si rivolge il 35% dei consumatori). I motivi principali? Rapidità, flessibilità e capillarità della rete, ma anche aspetti umani come la

cortesia.

Un mercato dunque con straordinarie opportunità di crescita. «Il settore in Italia vale 100-120 miliardi di euro e finora noi ne abbiamo intercettati circa sei. Il potenziale di sviluppo è quindi ancora molto elevato è l'intento è portare il nostro bacino di utenti dai sette milioni attuali a 50 milioni», sottolinea Santacroce. Uno scenario fertile al quale il gruppo ha risposto investendo sullo sviluppo della rete e delle tecnologie. «Entro i prossimi 18 mesi puntiamo a raggiungere 50mila punti vendita SisalPay, rispetto ai 45mila attuali, e a incrementare ulteriormente le transazioni che oggi sono già più di 200 milioni all'anno». Il *fil rouge* è la necessità di intercettare le esigenze dei consumatori alla ricerca di sportelli sotto casa dove poter effettuare piccoli pagamenti quotidiani: dalle ricariche telefoniche ai biglietti ferroviari, dalle bollette fino ai ticket sanitari. «I consumatori cercano l'accessibilità, con la possibilità di gestire i pagamenti in maniera semplice e in una fascia oraria più ampia possibile. I nostri punti vendita sono aperti non a caso fino a tarda sera».

Un percorso che è anche di evoluzione tecnologica. «Abbiamo fatto costruire un terminale, ingegnerizzato e realizzato in Italia, dedicato ai soli servizi di pagamento». Una novità, sviluppata internamente dal team SisalPay, che intende andare incontro alle esigenze di semplificazione e velocità espresse dal mercato. L'innovazione passa inoltre anche attraverso il web, sulla scia del crescente apprezzamento mostrato dagli italiani per i pagamenti via Internet considerati comodi, veloci e semplici. Una tendenza confermata anche dall'Aiip (Associazione italiana istituti di pagamento e di moneta elettronica) secondo cui gli italiani stanno progressivamente abbandonando gli sportelli delle banche per affidarsi ai pagamenti digitali, tanto che nel 2014 il 20% delle transazioni sarà effettuato via web. Non stupisce dunque che il gruppo abbia scelto di



allinearsi alle nuove esigenze di consumo.

«Abbiamo messo a punto una piattaforma digitale per la gestione dei pagamenti personali che ha il vantaggio di essere disponibile in ogni momento, sette giorni su sette e in orario continuato», spiega Santacroce. Con questo nuovo servizio biglietti del treno, multe, ticket sanitari, bollette possono essere pagati online, fornendo anche opzioni aggiuntive come l'archivio delle ricevute e la pianificazione delle scadenze di pagamento. Sulla scia della necessità di unire l'ascolto del consumatore con l'ampliamento dell'offerta «il focus per i prossimi mesi riguarda anche la monetica, attraverso l'abilitazione del pagamento con moneta elettronica, che coinvolgerà

tutti i punti di pagamento della rete in un'ottica di miglioramento del servizio», aggiunge il direttore della *business unit* Digital games and services. Gli utenti, infatti, mostrano una predisposizione crescente all'utilizzo di carte di credito, prepagate e bancomat; una propensione frutto anche dello stop ai pagamenti in contanti sopra i mille euro che ha incentivato l'utilizzo della moneta elettronica.

Parte fondamentale di questa strategia sono infine anche gli accordi con grandi aziende di tutti i settori. «La nostra rete ha il vantaggio di consentire a queste realtà un contatto più stretto con il cliente e di avere una visibilità in tempo reale sui pagamenti». E per il futuro l'obiettivo è «continuare a investire puntando a nuovi accordi, ad esempio con la pubblica amministrazione e le utility», conclude.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

[IL PROFILO]

Un gigante con 45.000 punti vendita, 350 servizi, 1.500 dipendenti

Sisal nasce nel 1946 come realtà attiva nel settore dei giochi a pronostico (suo il famoso SuperEnalotto). In seguito la società, che occupa circa 1.500 dipendenti, ha scelto di realizzare una nuova linea di business dedicata alla gestione dei piccoli pagamenti. Ad oggi il gruppo conta una rete di oltre 45 mila punti SisalPay e più di 350 servizi di pagamento. Un'innovazione che è passata anche attraverso il progressivo roll-out di un terminale, di ridotto ingombro e con design e tecnologia

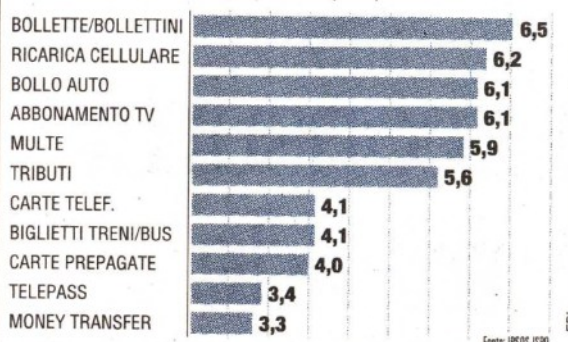
italiani, dedicato ai soli servizi di pagamento, e una piattaforma digitale per la gestione dei pagamenti personali (come bollette e ricariche telefoniche) disponibile sette giorni su sette e a tutte le ore. Una strategia che ha portato questo business a rappresentare ormai quasi il 50% del volume d'affari del gruppo, vale a dire circa 6 miliardi di euro (rispetto a un miliardo di cinque anni fa).

(s.d.p.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

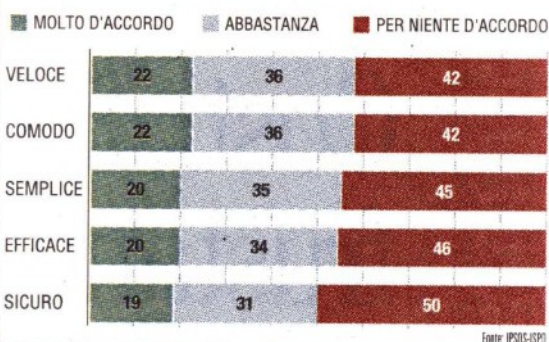
IL CANALE DI PROSSIMITÀ

Le preferenze dei non user, voto medio (0-10)



PAGAMENTI INTERNET, I GIUDIZI DEGLI ITALIANI

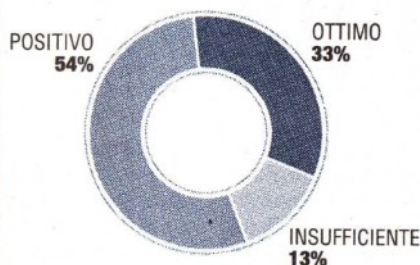
Per pagamento bollette e bollettini, in %



Sisal ha messo a punto una piattaforma digitale per la gestione dei pagamenti personali disponibile in ogni momento, sette giorni su sette

MONETA ELETTRONICA, IL GIUDIZIO

Per pagamento bollette e bollettini



Secondo un sondaggio molti scelgono i pagamenti nelle ricevitorie Sisal per rapidità, cortesia e rete capillare



«Oggi Sisal fa 200 milioni di transazione l'anno» dice **Maurizio Santacroce**

(foto), direttore della business unit Digital games and services