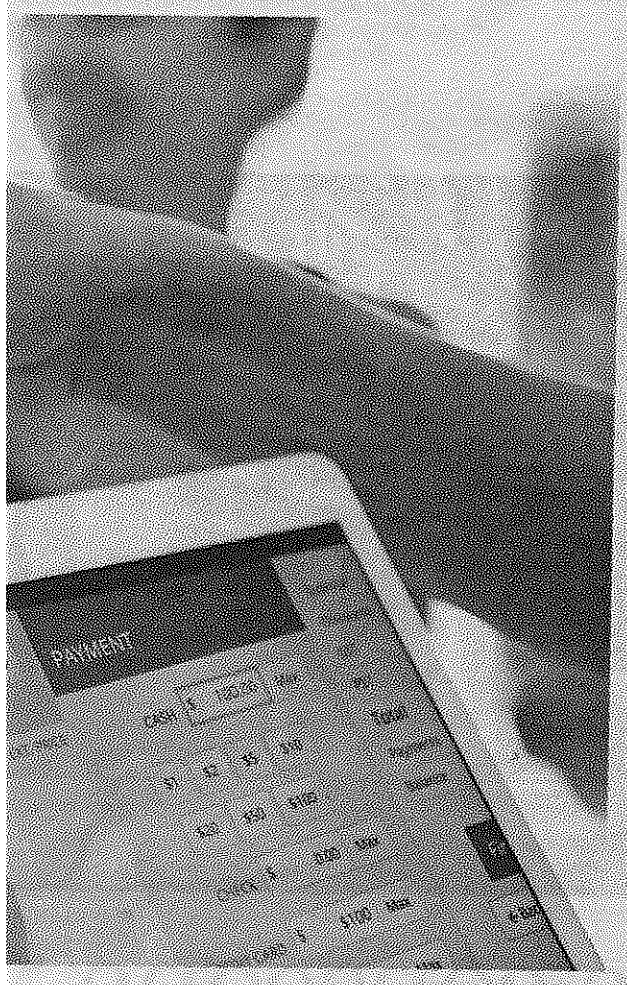


[L'AZIENDA]

IL GRUPPO OGGI VANTA 16,6 MILIARDI DI GIRO D'AFFARI, OLTRE 13 MILIONI DI CLIENTI, PIÙ DI 40MILA PUNTI VENDITA E CIRCA 200 MILIONI DI TRANSAZIONI GESTITE ALL'ANNO. IL CEO EMILIO PETRONE ANNUNCIA L'INVESTIMENTO DA OLTRE 20 MILIONI DI EURO PER L'INNOVAZIONE

Non solo bar e tabacchi Sisal punta sull'hi-tech "È la rete del futuro"

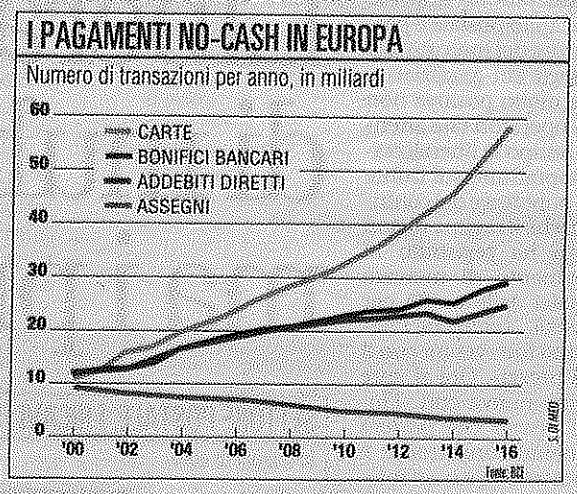
Roma

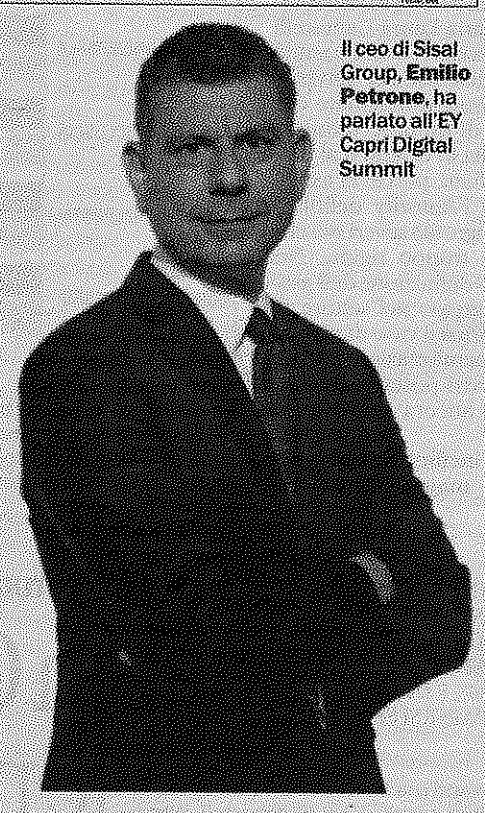
Essere oggi un'azienda che opera nel settore dei pagamenti digitali significa avere un peso rilevante nella trasformazione digitale di un Paese. In virtù della capacità di rendere evidenti e concreti i benefici offerti dall'evoluzione tecnologica e di favorire una cultura digitale diffusa fra cittadini e imprese, l'e-payment è oggi incluso di diritto tra i driver fondamentali delle nuove economie 4.0. Ne sa qualcosa il gruppo Sisal che, con 16,6 miliardi di euro di giro d'affari, oltre 13 milioni di clienti, più di 40mila punti vendita e circa 200 milioni di transazioni gestite all'anno, sente la pesante e sfidante responsabilità di dover stimolare una transizione efficiente, efficace e rapida. E lo dimostra l'investimento da oltre 20 milioni di euro per l'innovazione tecnologica della rete dei servizi al cittadino, annunciato dal ceo di Sisal Group, Emilio Petrone, durante l'EY Capri Digital Summit 2017.

«La rete per i servizi di pagamento rappresenta uno degli asset più importanti del nostro gruppo. La crescita nel tempo è stata non solo numerica ma anche tecnologica, attraverso stanziamenti mirati per garantire una rete sempre all'avanguardia. Ora inizia una fase di innovazione tecnologica del nostro canale, con una serie di servizi evoluti capace di rispondere sempre meglio alle esigenze dei cittadini», spiega Petrone che ci tiene a ricordare il contributo di Sisal allo s luppo del canale di prossimità in Italia, mai entrato nelle abitudini degli italiani e pace di spingere l'utilizzo della moneta el tronica nel Paese. Di questo approccio fu re-oriented del gruppo italiano è comunq difficile stupirsi, se non altro perché stiar parlando di una realtà che ha un'esperien diretta della svolta digitale e dei suoi vant gi. La metamorfosi di Sisal Group dallo sc pio della crisi dei mercati internazionali oggi, e in particolare la crescita esponenz le del brand SisalPay, è infatti uno de esempi di quanto l'incontro tra lo shock d la recessione e l'avvento dei nuovi parad mi d'impresa in chiave digitale abbia ca biato le regole della competizione, spinge do le aziende verso ambiti inesplorati o grediti solo marginalmente.

La società entrata nel mondo dei pag menti nel 2003 con un focus sulle ricariche lefoniche, spintasi 5 anni dopo nel segmer delle carte prepagata, è infatti oggi un'anir trainante del gruppo. Offre servizi innovat al cittadino tramite la sua rete di esercizi cor merciali sparsi in tutta Italia, si pone cor partner di tabacchi, bar ed edicole con l' biettivo di farne delle micro-imprese digit e partecipa attivamente alla strategia shless per la Pubblica amministrazione

SisalPay è entrata nel mondo dei pagamenti nel 2003 con le ricariche telefoniche





Il ceo di Sisal Group, **Emilio Petrone**, ha parlato all'EY Capri Digital Summit

viata dall'Agid e supportata dal Team per la trasformazione digitale. Un modello ibrido fisico-digitale che vale oggi oltre il 50% del business di gruppo e che vanta numeri non indifferenti. I 500 servizi offerti, i 13,5 milioni di consumatori raggiunti e gli 8,7 miliardi di euro di giro d'affari nel segmento dei pagamenti (erano 200 milioni nel 2008) proiettano SisalPay tra i player più importanti del settore. Ma evidentemente non è abbastanza. O meglio, ci sono ulteriori margini di crescita. Specialmente in termini di evoluzione hi-tech di quella rete di punti vendita che negli ultimi 8 anni ha guadagnato 16mila esercizi commerciali. «L'investimento sulla rete di prossimità — sottolinea il ceo di Sisal — testimonia un'ulteriore accelerazione che vogliamo imprimere al business dei servizi di pagamento SisalPay e all'evoluzione della dotazione tecnologica presente nella nostra rete. Un'evoluzione che stimolerà ulteriormente lo sviluppo della moneta digitale nel nostro Paese». A dimostrazione di quest'ultimo effetto traino Petrone ricorda quanto già ottenuto: «Grazie agli strumenti cashless la nostra rete ha già contribuito a un cambiamento delle abitudini di consumo delle persone dal contante a strumenti tracciabili, raggiungendo un volume di transazioni digitali pari al 20% del totale, in continua crescita a doppia cifra anno su anno. Stiamo contribuendo in modo significativo allo sviluppo del Paese e alla realizzazione dell'Agenda Digitale».

Questo impegno cashless è particolarmente evidente nell'ecosistema pubblico, come testimonia il recente accordo con l'Agid nell'ambito del progetto PagoPA, che punta a digitalizzare i pagamenti verso la Pubblica amministrazione di tributi, multe, ticket sanitari, bolli auto e rette scolastiche puntando sul tandem sicurezza-semplicità. Iniziative di cui viene spesso sottovalutato il peso in termini di educazione e cultura digitale. «Stiamo mettendo a disposizione la nostra esperienza nell'utilizzo e nella fruizione semplificata dei servizi di pagamento per sostenere l'evoluzione digitale del Paese e semplificare il rapporto tra cittadini e amministrazione. Siamo orgogliosi — conclude Petrone — di essere al fianco della PA come partner di innovazione tecnologica». *(a.fr.)*

© RIPRODUZIONE RISERVATA

[L'ANALISI]

Ma l'e-payment resta un miraggio senza la politica

La PA si sta muovendo, la competizione sul mercato non manca e stanno arrivando pure Facebook&Co. Cosa manca allora per dare uno slancio decisivo all'e-payment? Probabilmente una maggiore e costante attenzione politica su questi temi, che favorirebbe un coinvolgimento attivo di tutti, cittadini compresi. La cashless society, come suggerisce la stessa definizione, non è una rivoluzione a compartimenti stagni. Trasformare questo paradigma da miraggio a progetto di sistema Paese, come avvenuto altrove, potrebbe essere un buon inizio.

uando c'è di mezzo il digitale, a soli possono ben poco. «È neessaria la collaborazione di tutgli operatori del settore. Le ompetenze vanno messe a siema. Il rischio di un digital up è dietro l'angolo, anche e sorattutto per via degli ver-the-top che sono sinonio di innovazione — sostiene laurizio Pimpinella, presidenl'Associazione italiana istiti di pagamento e di moneta ettronica — Servono formaone ed informazione sui pagaenti elettronici. C'è bisogno una campagna di informazioistituzionale che parta dalla esidenza del Consiglio: noi me associazione siamo pronaa fare la nostra parte. Anche ducazione finanziaria e la rmativa a supporto del digitasono basilari». In questo conto, aggiunge Pimpinella, la può essere il vero driver: n pagamento su due in Italia erso la Pubblica amministrane. Quando tutti saranno nelondizioni di pagare un tribudalla poltrona di casa significherà non solo che le normatiper l'innovazione sono state epite, ma anche che ne è stafatto un utilizzo consapevole ocialmente rilevante per gli iani».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

shless più ambiziosi mai avviato in un Paese emergente. un'economia innamorata del contante, che in India ha incidenza del 12% sul Pil e copre il 75% di tutte le transani, non proprio una sfida semplice.

Nel 2015 con l'obiettivo di modernizzare il Paese, contre la dilagante corruzione e sostenere un sistema bancain sofferenza, il governo di Nuova Delhi guidato da Naren Modi ha lanciato il piano Digital India, puntando sul binio digitale identità-pagamenti e focalizzandosi soprato sulle aree rurali. Nel novembre 2016 c'è stato poi il ritielle banconote da 500 e 1.000 rupie, che coprivano allora % del contante in circolazione. Una mossa accompagnaall'immissione di nuovi tagli più sicuri e difficilmente falcabili, dalla creazione di una piattaforma open source per asferimento di fondi mobile-to-mobile senza la necessità vere dettagli su utenti e clienti, dalla chiamata nazionale apertura di un conto corrente e dal lancio di misure per muovere i pagamenti elettronici, come l'installazione di ilione di Pos in pochi mesi o la previsione di sconti sull'acsto digitale di benzina, pedaggi e biglietti del treno. Da tutte queste misure il governo indiano si attende ora

[LA RIFORMA]

Pagamenti elettronici, entro gennaio la revisione della direttiva: l'Europa si attrezza

Entro gennaio 2018 gli Stati membri dell'UE dovranno recepire nei propri ordinamenti la cosiddetta Psd2, cioè la revisione della Payment Services Directive, che aprirà nuovi scenari per i pagamenti digitali. Le banche, i player del settore, le startup fintech e gli Over-the-top si stanno preparando a quella che gli addetti ai lavori non esitano a definire una rivoluzione. «La Psd2 sta per rivoluzionare l'intera precisa distinzione delle categorie di prestatori di servizi di pagamento, degli obblighi e dei diritti di utenti imprese, delle regole in materia di trasparenza dei servizi e dell'ambito di applicazione che sarà notevolmente esteso. In attesa del testo definitivo, permangono ancora alcuni punti da chiarire. Sarà importante, secondo Petrone, che "il recepimento della direttiva possa avvenire senza distorsioni e con l'obiettivo di