

# PETRONE PAGAMENTI: «IL FUTURO È DELLE DIGITAL COMPANY»

di **Del Barba, Manca, Puato e Sottocornola**  
**6, 8 11**

## L'INTERVISTA



## CENTO TALENTI PER DIVENTARE DIGITAL FACTORY

Parla l'ad di **Sisal**, società cresciuta nel nome del Totocalcio e dei giochi, ora proiettata nel business dei pagamenti cashless. «Quaranta milioni di investimenti e decine di assunzioni per una trasformazione inevitabile»

**La concorrenza dei big della Silicon Valley può far temere un'invasione. Ma noi ci aspettiamo regole certe che non favoriscano né penalizzino nessuno**

di **Massimiliano Del Barba**

**S**e nel 2017 la tendenza del fintech ha riguardato la crescita degli investimenti nel venture capital, l'imminente recepimento

della direttiva Psd2 ha già finito per consacrare il 2018 come l'anno dei pagamenti digitali. Una torta ancora piccola da spartirsi, dato che in Italia le transazioni cashless valgono meno di 200 miliardi all'anno (dati Politecnico di Milano), ma dalla veloce lievitazione (+9% l'ultimo dato congiunturale relativo al 2016): il che, oltre ad aprire la strada all'arrivo di nuovi soggetti dall'estero (ApplePay su tut-



ti), rappresenta l'occasione decisiva per applicare le logiche della convergenza da parte degli operatori italiani più innovativi.

E fra i primi ad aver capito come il vento stava per cambiare c'è **Sisal**: nata settantuno anni fa con la schedina del Totocalcio che contribuì alla ricostruzione degli stadi distrutti dalla guerra, cresciuta fino a diventare il simbolo della scommessa - «Hai giocato alla **Sisal**?» -, negli ultimi anni la Sport Italia Società a Responsabilità Limitata ha intrapreso una decisa «trasformazione digitale» che l'ha portata a spingere sul pedale dell'acceleratore dei servizi di pagamento. Bolli, bollette, tasse, abbonamenti Tv, ticket sanitari, trasporti, ricariche telefoniche e carte prepagate. Un cambiamento — a guardare i numeri quasi una rivoluzione considerato che l'area **SisalPay** ha superato il 50% dei 13,2 miliardi di raccolta registrati nei primi nove mesi del 2017 (i ricavi al dicembre 2016 si sono attestati a 780,8 milioni, l'Ebitda a 187,3) — che porta un nome e un cognome, e cioè quelli di **Emilio Petrone**, 55 anni, dal 2008 amministratore delegato della società che ha sede al 13 di via Alessio de Tocqueville a Milano.

**Lei ha preso la guida di **Sisal** qualche mese prima che la Grande Crisi si abbattesse sull'economia mondiale. Avrebbe potuto uscire con le ossa rotte, e invece...**

«E invece la nostra strategia si è rivelata quella giusta. Se non avessimo creduto nello sviluppo dei servizi di pagamento, mai saremmo riusciti a raggiungere gli obiettivi che avevamo concordato con gli azionisti».

**Nel dicembre del 2016 è stato perfezionato il passaggio dell'intero pacchetto, prima nelle mani di Apax, Permira e Clessidra, al fondo Cvc Capital. Che cosa è cambiato?**

«La catena di comando oggi è sicuramente più snella e c'è molta sintonia con Giampiero Mazza e tutto il team di Cvc: non è un caso che il management sia stato confermato. E' una ripartenza ricca di nuova linfa, dato che il ciclo decennale precedente era andato inevitabilmente esaurendosi».

**Come si è chiuso il 2017?**

«Non abbiamo ancora i dati definitivi, ma credo di poter dire che staremo sopra i 17 miliardi di fatturato lordo, di cui circa 9 miliardi provenienti dall'area **SisalPay**. La nostra forza è la presenza sul territorio con più di 40 mila punti vendita, 13 milioni di clienti e 200 milioni di transazioni gestite all'anno».

**La gente va in tabaccheria, in edicola o al bar per giocare e per pagare i propri adempimenti. Due facce della stessa medaglia: chi sale e chi scende?**

«Entrambi i settori crescono, in tutti i segmenti, ma a velocità diverse. Alcuni prodotti di

gioco, come ad esempio il **SuperEnalotto**, i giochi online e il betting, ci stanno dando buone soddisfazioni. **SisalPay** sta crescendo moltissimo: lo sviluppo nel tempo è stato non solo numerico — dagli 1,4 miliardi transati nel 2008 ai 9 miliardi del 2017 — ma anche tecnologico. Abbiamo già investito 20 milioni per rinnovare i terminali e ne investiremo altrettanti nel 2018 per potenziare il canale digitale. Proprio in questi giorni, inoltre, abbiamo lanciato un'app per sviluppare il canale dell'e-payment. L'idea è quella di semplificare ancora di più i servizi che offriamo ai cittadini: poter pagare un bollo o una bolletta, piuttosto che ricaricare la propria sim o la carta prepagata con un semplice clic, anche in mobilità; lo si potrà fare ad esempio scattando una foto alla bolletta o inquadrando un Qr code. I pagamenti, poi, potranno essere archiviati per cinque anni. Possibilità utile ad esempio per i bolli auto».

**Sviluppi futuri dell'app?**

«Ci stiamo concentrando sulla costruzione di una vera e propria digital factory. Nell'ultimo anno, ad esempio, abbiamo assunto 40 giovani, di cui oltre la metà donne, per accelerare sulla trasformazione digitale. Un percorso che ha nella nuova app un primo risultato concreto ma che proseguirà con altri investimenti. Stiamo costruendo all'interno dell'azienda queste nuove competenze e per farlo, entro il prossimo anno, assumeremo altri 60 talenti, fra startupper ed esperti di digitale».

**Molti altri attori stanno entrando nel mercato dei pagamenti digitali, dai giganti come Apple alle startup innovative come Satispay. Ci sarà spazio per tutti?**

«Certo, il timore che il mercato italiano sia invaso dalle multinazionali c'è, ma noi ci aspettiamo regole certe che non favoriscano o penalizzino nessuno».

**Il mercato è talmente in fermento che c'è chi sostiene stiate valutando un possibile scorporo dell'area pagamenti per creare una società ad hoc. Conferma?**

«Abbiamo lavorato per rendere indipendenti i due business, ma al momento non ci sono altre opzioni in agenda».

**Voi collaborate da tempo anche con la pubblica amministrazione. Come giudica il lavoro del Team per la trasformazione digitale?**

«Siamo orgogliosi di essere al loro fianco come partner di innovazione tecnologica e siamo stati fra i primi ad aderire alla strategia cashless di PagoPa. La squadra guidata da Diego Piacentini sta lavorando bene. E' un percorso lungo quello intrapreso dal nostro Paese, ma ci stiamo muovendo, e questo è ciò che è davvero importante».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



## I numeri di SisalPay

**44.870 mila**

I punti vendita abilitati in Italia

**13,5 milioni**

I clienti della piattaforma online

**200 milioni**

Le transazioni gestite in un anno



## La crescita

La raccolta di SisalPay, miliardi di euro



## Senza contanti

I pagamenti digitali in Italia, dati 2016

**190 miliardi di euro**

**+9%**

La crescita dal 2015

**87%**

Le transazioni cash

Fonte: Sisal; Politecnico di Milano





**Emilio Petrone**  
Amministratore delegato di  
Sisal, attiva nei pagamenti  
digitali con SisalPay