

L'intervista **Emilio Petrone**

# «Così **Sisal** cresce e diversifica Nuovi servizi e super digitale»

► Il ceo del gruppo: «Con 40 mila punti vendita siamo il leader nei pagamenti» ► «Gestiamo 200 milioni di transazioni l'anno. Aumenteremo gli investimenti»



**L'OBIETTIVO STRATEGICO È QUELLO DI AMPIARE LA GAMMA OFFERTA AI NOSTRI 13 MILIONI DI CLIENTI**

## Protagonista del cambiamento

### Transizione verso la moneta elettronica

**SisalPay**, la piattaforma dei servizi di pagamento del Gruppo **Sisal**, è tra le aziende protagoniste nel processo di transizione cashless dell'Italia e membro di The European House of Ambrosetti che a Cernobbio, ha presentato i

risultati dell'Osservatorio 2018 della Community Cashless Society. Attraverso la rete dei servizi di pagamento di **Sisal** oltre il 20% di transazioni è tramite moneta elettronica, contro la media in Italia del 14%.



**STIAMO COSTRUIENDO UNA DIGITAL FACTORY CHE PREVEDE L'ASSUNZIONE DI CENTO GIOVANI SPECIALIZZATI**

### I numeri di **SisalPay**

Il brand dei servizi di pagamento del Gruppo **Sisal**



Oltre **13 milioni** di clienti



Oltre **500** servizi e **100** partner



Oltre **40 mila** punti vendita



Presenza anche online e mobile App



**200 milioni** di transazioni l'anno



**SisalPay** registra oltre il 50% della raccolta complessiva del gruppo **Sisal**



centimetri

Il gruppo **Sisal**, presente sul mercato italiano da oltre 70 anni e con un giro d'affari di 16,6 miliardi, cresce e diversifica. Un cambiamento di pelle che punta sulla tecnologia, nuovi servizi e lo sviluppo dei canali di prossimità. Del resto è leader nel settore dei servizi di pagamento con **SisalPay**, una realtà unica nel panorama delle imprese italiane che nei primi 9 mesi del 2017 ha registrato un fatturato di circa 7 miliardi (+9,1% rispetto al 30 settembre 2016), con oltre 500 servizi offerti e ben 13,5 milioni di clienti. «Vogliamo crescere ancora - spiega al *Messaggero* il

ceo **Emilio Petrone**, che dal 2008 guida **Sisal** - accelerando il processo di sviluppo digitale della nostra azienda».

**SisalPay** è un sistema di pagamento apprezzato e riconosciuto da una grande maggioranza di italiani, come siete riusciti a costruire questa solida posizione di leadership?

«Gli ultimi anni si sono contraddistinti per un forte cambiamento nelle abitudini dei consumatori, sempre più insoddisfatti del servizio offerto dai canali tradizionali: un atteggiamento che ha generato la crescita del cosiddetto canale di prossimità, ovvero la possibili-



tà di effettuare pagamenti comodamente nei bar, edicole e tabacchi sotto casa. Anticipando questa tendenza e grazie al costante confronto con clienti e rivenditori, noi abbiamo sviluppato un nuovo modo di pagare - semplice e sicuro - che oggi, con il brand **SisalPay**, è un modello distintivo nel panorama nazionale, rappresentando oltre il 30% del mercato di riferimento, raggiunto grazie alla nostra rete di 40 mila punti **SisalPay**. Punti vendita che abbiamo anche aiutato ad evolvere: nel solo 2017 abbiamo investito oltre 20 milioni di euro per nuove tecnologie tra cui innovativi terminali di accettazione che permettono di gestire circa 200 milioni di transazioni annue.

Continuiamo inoltre ad ampliare la gamma di servizi offerti (attualmente circa 500) e investire in iniziative di marketing per rafforzare la conoscenza e familiarità del marchio: i 13 milioni di italiani che scelgono il nostro sistema di pagamento sono il risultato di questo impegno».

## Quali nuove iniziative avete lanciato?

«Per completare l'esperienza dei nostri clienti, che oggi richiedono una presenza sia fisica che digitale, abbiamo recentemente lanciato la nuova app **SisalPay**. L'app consente di pagare i bollettini anche con una semplice foto, archiviare le ricevute cartacee, ricaricare le carte ancora più velocemente tramite QRcode, tenere sotto controllo i propri pagamenti e molto altro. Tutte funzionalità utili e immediate, fruibili sempre e dovunque. In soli 2 mesi abbiamo già registrato ben 40 mila nuovi utenti, ci aspettiamo siano oltre 100 mila entro la fine dell'anno».

## Quali sono le priorità del gruppo **Sisal** di fronte ad un mercato che appare ogni giorno sempre più competitivo?

«Intendiamo continuare a crescere, proseguendo ad investire sul brand **SisalPay** e rafforzando ulteriormente la nostra partnership con i punti vendita. Nel 2018 estenderemo ancora la nostra offerta digitale, facendo leva su alcune macro tendenze quali l'aumento della diffusione dei pagamenti digitali e

in mobilità (rispettivamente +10% e +60% nell'ultimo anno) e la crescente penetrazione dei dispositivi digitali (l'88% degli italiani li utilizza). L'Italia è tra i primi Paesi in Europa per capillarità delle infrastrutture e per densità di Pos: gli strumenti ci sono, ora è fondamentale proporli e farli apprezzare ai clienti».

## Nuove norme e nuovi player si stanno affacciando e proponendo ai consumatori: cosa fare per rendere il mercato dei nuovi pagamenti più trasparente?

«Sono convinto sia necessario fare sistema, valorizzando le positive esperienze di collaborazione tra Governo, PA e privati, per essere vincenti in un mercato in trasformazione. Esiste un sensibile tema normativo: ci vogliono regole certe ed equilibrate, che garantiscano una giusta e trasparente competizione. Per quel che ci riguarda, la nostra esperienza e conoscenza del consumatore ritengo possano dare un importante contributo all'evoluzione del settore, sostenendo così la crescita del Paese. D'altronde siamo una grande impresa italiana, un Istituto di Pagamento autorizzato e regolato da Banca d'Italia, che in questi anni ha costantemente generato un indotto positivo, sotto molteplici aspetti».

## Parlando di occupazione e sviluppo, quale è il contributo di **Sisal**?

«Negli anni abbiamo contribuito in senso positivo all'occupazione, inserendo giovani professionisti, di cui oltre il 60% sono donne; in questi mesi stiamo creando una Digital Factory che prevede l'assunzione, entro l'anno in corso, di oltre 100 nuove figure professionali e giovani talenti, con forti competenze ed esperienze in ambito digitale. Senza dimenticare che **Sisal** è un'azienda italiana che paga le tasse in Italia, elemento non sempre riscontrabile in altri player che operano nel settore digitale. Infine, continueremo ad investire in innovazione, per sostenere lo sviluppo della nostra rete di rivenditori, promuovendo i benefici di una profittevole transizione verso la cashless society».

**Umberto Mancini**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Emilio Petrone guida la Sisal dal 2008



Il terminale di Sisal



L'app di SisalPay