



SisalPay va oltre con #GoBeyond

Il Gruppo Sisal con SisalPay (il brand del gruppo dedicato ai servizi di pagamento) testimonia come il coraggio di investire e un innovativo approccio al mercato permettano di raggiungere gli obiettivi.

SisalPay lancia "GoBeyond", un progetto che promuove lo sviluppo di iniziative imprenditoriali attraverso una rete di supporto tesa ad agevolare casi di successo.

Roma, 28 Maggio 2014 - Si è tenuto oggi il workshop "#GoBeyond – Il coraggio di cambiare per creare opportunità", organizzato da SisalPay, Gruppo Sisal, per condividere come anche in una congiuntura economica sfavorevole si possano creare nuovi casi di successo.

SisalPay è il brand dedicato ai servizi di pagamento del Gruppo Sisal, storica azienda italiana che da oltre 65 anni basa la propria strategia di crescita sull'innovazione e sullo sviluppo tecnologico, finalizzato a semplificare e rendere più piacevole la vita degli italiani.

In un momento di profondi cambiamenti nei modelli di consumo, il Gruppo Sisal è riuscito a individuare nella diversificazione la strada per rispondere alle nuove sfide dei mercati e contribuire allo sviluppo del Sistema Paese.

"Una strategia che ha portato ad una trasformazione dell'Azienda" - ha ricordato **Maurizio Santacroce, Direttore Payments and Services Sisal Group**. "A fianco del tradizionale business aziendale si è andato ad affermare, infatti, quello dei servizi di pagamento, che rappresenta oggi il 47% del volume d'affari dell'intero Gruppo Sisal. Un business che undici anni fa non esisteva, che fino a sei anni fa generava un volume d'affari di "solo" 1 miliardo di Euro e che oggi, attraverso il percorso strategico avviato, vale oltre 6 miliardi di Euro."

"Gli ingredienti del successo di SisalPay – continua **Maurizio Santacroce** - sono riassumibili in tre punti essenziali: il coraggio di cambiare e di saper cogliere le opportunità, puntando su nuovi settori e sulla diversificazione; un approccio di ascolto e analisi dei bisogni dei consumatori e del mercato; il proporre i propri prodotti in modo nuovo - non necessariamente creando qualcosa di nuovo - grazie al valore aggiunto che i giovani talenti sono in grado di portare."

Durante la giornata, inoltre, nell'ambito della tavola rotonda moderata da **Massimo Russo, Direttore di Wired**, sono intervenuti: **Claudia Parzani, Partner Linklaters e Presidente Valore D**, che ha sottolineato l'importanza di puntare sulla diversity, non solo in chiave di genere, ma come strumento in grado di creare valore aggiunto in azienda; **Carlo Giordano, CEO Immobiliare.it**, che ha invece testimoniato la propria esperienza manageriale e la scelta di intraprendere in un settore maturo, sapendo sviluppare nuovi modelli di business; **Federico Grom, Presidente Gelaterie GROM**, che ha infine

raccontato la sua storia di imprenditore in un mercato tradizionale e industrializzato, mettendo in risalto l'importanza di puntare sulla qualità dei prodotti e su un'offerta retail distintiva, in grado di intercettare nuovi trend di consumo.

Anche per SisalPay la capacità di analizzare il mercato e le mutevoli evoluzioni delle abitudini di consumo sono la chiave per poter soddisfare e anticipare i nuovi bisogni dei consumatori. Nel 2014, infatti, SisalPay porterà a compimento il progetto "Cashless", ossia la possibilità di fruire dei servizi offerti da SisalPay pagando con carte di credito e bancomat. Questa innovazione renderà la rete dei 40.000 punti vendita SisalPay una delle più importanti infrastrutture al servizio dei cittadini e del Paese, utilizzata da oltre 12 milioni di consumatori e che fornisce 493 servizi di pagamento con 87 partner.

"Nel nostro Paese esistono i presupposti per far sì che nascano e prosperino imprese di successo – **ha dichiarato Maurizio Santacroce**. Per far ciò bisogna avere il coraggio di investire anche in tempi di crisi sulle persone e rendere concreti i propri progetti, creando casi di successo".

Con questo spirito durante l'evento è stata annunciata la nascita del progetto **GoBeyond**, basato sul "give back" per supportare iniziative imprenditoriali in un percorso di successo analogo a quello di SisalPay. L'iniziativa ha l'obiettivo di sviluppare cultura imprenditoriale positiva, dimostrando che in Italia è assolutamente possibile realizzare e sviluppare casi imprenditoriali di successo. Al progetto hanno già aderito con entusiasmo Google, Università Bocconi e Condé Nast, mentre altri importanti partner stanno aderendo a questa iniziativa.

Per informazioni: Sisal Comunicazione | Tel. 02 8868.971 | sisalcomunicazione@sisal.it | www.sisal.com

Sisal, nata nel 1946, è stata la prima Azienda italiana a operare nel settore del gioco come concessionario dello Stato. E da oltre 65 anni è protagonista della storia dell'Italia e degli italiani.

Oggi il Gruppo Sisal, guidato dall'Amministratore Delegato Emilio Petrone, è leader nei mercati del gaming - tra i primi dieci operatori nella classifica mondiale - e dei servizi di pagamento con oltre 43.000 punti vendita capillarmente distribuiti sul territorio nazionale. Una rete commerciale che consente all'Azienda di offrire esperienze di intrattenimento innovative e un ampio portafoglio di soluzioni di pagamento.

Il Gruppo Sisal gestisce i giochi SuperEnalotto, SiVinceTutto SuperEnalotto, Vinci per la vita - Win for Life ed Eurojackpot. È presente anche nel settore delle scommesse su eventi sportivi con Sisal Matchpoint e online attraverso il canale internet www.sisal.it e le applicazioni mobili dedicate. Da settembre 2010 l'Azienda ha realizzato, inoltre, il nuovo concept retail Sisal Wincity, che unisce intrattenimento e ristorazione, con dieci punti vendita nelle principali città italiane.

Con il brand SisalPay l'innovazione è al servizio del consumatore con modalità di pagamento comode, semplici e sicure per bollette, ricariche telefoniche, carte prepagate e molto altro.

Sin dalle sue origini la storia di Sisal è pervasa da un forte senso di responsabilità sociale. Un impegno che l'Azienda ha tradotto in un articolato programma di Responsabilità Sociale declinato in ambito educativo, culturale, sportivo e scientifico con progetti che mirano alla valorizzazione del talento, alla formazione dei giovani e alla ricerca. La campagna di Gioco Responsabile rappresenta l'elemento centrale e distintivo della strategia di sostenibilità sociale di Sisal, che alla tutela dei clienti e delle categorie più vulnerabili rivolge da sempre un'attenzione specifica. Una scelta etica focalizzata su una proposta di intrattenimento trasparente, consapevole e sicuro, certificata da autorevoli Enti internazionali.