



## Petrone (Sisal): 'Servizi, digitale e crescita rimanendo in Italia'



*Servizi, digitale e nuovi investimenti. L'amministratore delegato del Gruppo Sisal, Emilio Petrone, a tutto campo al Festival della Comunicazione di Camogli.*

Camogli - Il settore dei servizi è diventato, per Sisal, più grande di quello del gioco. Abbiamo ottimizzato i tempi e gli spazi, dando la possibilità, oltre che giocare, anche di pagare bollettini, multe, etc. Puntiamo al supportare la pubblica amministrazione che avrebbe molto bisogno di avere un servizio come il nostro. Per noi sarebbe un nuovo introito, per il cittadino sarebbe una comodità e un ottimo servizio". Lo sottolinea l'amministratore delegato del concessionario Sisal, Emilio Petrone, durante l'incontro/dialogo con **Francesco Manacorda, Vice Direttore de La Stampa al Festival della Comunicazione a Camogli**, in Liguria.

"Potremmo avere, quindi – prosegue l'Ad - la possibilità di richiedere il certificato di nascita al bar o in tabaccheria".

**IL DIGITALE** - Ma Sisal punta anche sui nuovi canali. "Più del 20 - 25% del nostro fatturato lo facciamo tramite smartphone. Non è stato facile, per noi, diventare un'azienda digitale, eravamo un'azienda molto 'cartacea', ma con 'un elettroshock' abbiamo introdotto questa innovazione. Abbiamo creato una business unit per il digitale, con l'aiuto dei grandi marchi, come Google. Così abbiamo trasformato un'azienda analogica come era Sisal in quello che è ora. Siamo riusciti a sviluppare il digitale, che è il 15% del profitto totale, salvaguardando l'analogico. Dobbiamo entrare in altre aree, come il front big data. Qui c'è margine per fare grossi passi avanti".

## **Pagina 2 di 2**

**BANCA DATI** – “Oltre 12 milioni di italiani utilizzano ogni anno i nostri sistemi. I dati vengono aggiornati ogni 5 minuti. Abbiamo già terminali self service. Con terminali che danno molte opportunità, ad esempio fare simulazioni di gioco e di vincita. Non è per penalizzare il punto vendita, ma per dare un servizio aggiuntivo all'utente in coda. Investiamo molto per far capire che non siamo semplicemente una società che vuole vendere un prodotto, ma che puntiamo a proporre servizi”.

**I SOCIAL** - Nella gamma dei social media abbiamo una buona comunità attiva, tra 800 e 1 milione di persone. Siamo forti su Twitter, ma anche su Facebook e LinkedIn. Siamo legati a doppio filo anche all'editoria tradizionale, ricordiamoci di quello che era SportItalia per Sisal. Ma non dobbiamo dimenticare che l'evoluzione ce la chiede la gente. Speriamo di raccogliere nuovi capitali, per il prossimo futuro. Questo permetterebbe di fare ulteriori passi in avanti”.

**IL FUTURO** – “Occorre puntare a nuove acquisizioni, anche con un occhio all'estero. Siamo tre volte più grandi di quel che eravamo fino a 5 anni fa e speriamo di raccogliere nuovi capitali, per il prossimo futuro. La migliorata situazione del Paese, il fatto che il 2014 sia stato il migliore anno in 70 anni di storia ci lascia sperare bene per il futuro. Non so se sarà una quotazione, una joint venture, ma qualcosa probabilmente accadrà. Siamo una bella realtà tutta italiana”.

E sulla **possibile vendita di Sisal all'estero**, l'Ad aggiunge: “Mi auguro che non avvenga. I segnali sono positivi per crescere rimanendo italiani”.