

CULTURE JEUNE...

Si le secteur des services a été fortement impacté par la crise, il est des entreprises qui ont parfaitement résisté à la tendance, à l'instar de **Qualitekna**, spécialisée dans le marketing des systèmes de paiement. Rencontre avec son fondateur et dirigeant, **Renato Giacobbo Scavo (MBA.00)**, dont la vision de marchés de niche n'est pas étrangère à cette réussite à l'italienne.



BIO EXPRESS
Renato Giacobbo Scavo (MBA.00) a débuté sa carrière au sein de Telecom Italia en qualité de Marketing Manager puis National Account Manager, avant de rejoindre en 2000 Bain & Company. En 2006, il est nommé Directeur de la Division Retail de Jupiter Finance où il évoluera jusqu'en 2009, date à laquelle il fonde et devient le CEO de Qualitekna et d'Aldabra Capital.

Quel est votre cœur de métier ?

Qualitekna est une société de services et de conseil, spécialisée dans l'industrie des systèmes de paiement. Elle propose, entre autres, de nombreux services marketing design des cartes, communication web et intégrée, multimédia...

Concrètement, comment travaillez-vous ?

Nous proposons à nos clients des concepts (solutions, produits) sur mesure qui, in fine, sont rentables. Notre méthode consiste à s'intégrer à la "team marketing" du client pour travailler en suivant sa philosophie. Quand un concept est retenu, Qualitekna aide à concevoir le produit final : design (cartes), support de formation des collaborateurs qui seront amenés à commercialiser le produit, etc. Enfin, nous accompagnons le lancement du nouveau produit : communication, programmes de motivation (concours) et de fidélisation client (points ou cashback),...

Quel est le profil de votre clientèle ?

Notre marché est très vaste puisqu'il concerne aussi bien les acteurs bancaires que les entreprises qui proposent des cartes de fidélisation,

par exemple, et ce à travers le monde (40 % du CA est réalisé à l'international : France, Turquie, pays de l'Est).

Comment expliquez-vous votre réussite ?

Le conseil souffre beaucoup de la crise. Il faut donc faire les bons choix au bon moment. Les systèmes de paiement sont une industrie très spécialisée, leur marketing davantage. Ainsi, bien que l'entreprise n'ait que 6 ans, elle connaît une croissance sereine de 30 à 40 % par an, et a ouvert trois bureaux : Rome, Milan et Paris. Il est plus aisé d'évoluer dans les services et le conseil quand on choisit la bonne industrie.

Quels sont vos projets à court et moyen terme ?

On suit deux axes de développement : le premier est la croissance interne, avec l'idée d'ouvrir deux nouveaux bureaux en Amérique Latine et en Middle East avant 2016 ; le deuxième pousse une croissance externe, avec la création, fin 2011, d'un fonds d'investissement, Aldabra Capital, parallèlement à Qualitekna. À travers ce dernier, nous avons procédé à deux opérations : l'acquisition d'une société italienne

de recherche de marchés qui nous a permis d'avoir 10 nouveaux professionnels très spécialisés dans le domaine du marketing SSI ; l'entrée dans l'actionnariat de Domec Solutions, plateforme IT, dédiée aux services de fidélisation client.

Car, en parallèle de nos activités, il est important pour moi d'investir dans des start-ups, qui font des choses intéressantes soit dans notre domaine soit dans d'autres (ex. gestion big data). L'idée est donc de poursuivre sur cette voie.

Pourquoi ?

Il faut vraiment aider les jeunes. Ils ont beaucoup d'idées... mais aussi beaucoup de problèmes de financement. Or l'innovation est souvent dans leurs idées. Par ailleurs, force est de reconnaître que la culture très entrepreneuriale d'HEC m'a donné envie de transmettre le goût d'entreprendre.

Justement, en quoi votre formation HEC vous a-t-elle aidé dans votre parcours ?

Elle m'a appris trois choses importantes : qu'il faut être ouvert au monde ; qu'il faut être pragmatique et garder les pieds sur terre ; et qu'il faut être courageux afin de concrétiser ses projets. ●