



#ilCliente

IN VIAGGIO VERSO  
IL NOSTRO DOMANI.



#ilCliente

# PROGRAMMA

## 26 | 27 NOVEMBRE

 #ilCliente

[convegnoilcliente.abieventi.it](http://convegnoilcliente.abieventi.it)

Promosso da

**ABI** Associazione  
Bancaria  
Italiana

Organizzato da

**ABISERVIZI**  


Partner Digitale

**BANCAFORTE**  
i  
nnovation key

Media Partner

**MK**  
La rivista ABI di marketing e comunicazione in banca

26 | 27 NOVEMBRE 2020

#ilCliente

IN VIAGGIO VERSO  
IL NOSTRO DOMANI.

## 26 NOVEMBRE | MATTINA

8.30- 9.00

Collegamento dei partecipanti e Networking nell'area espositiva

## SESSIONE PLENARIA DI APERTURA – I PARTE

ROOM 1

## IL NOSTRO DOMANI: SCENARI PER IL NUOVO DECENNIO

Il nuovo decennio è iniziato nel segno di una grande discontinuità. **L'emergenza sanitaria ha modificato profondamente la relazione tra le persone**, tra consumatori e aziende e tra dipendenti e aziende. L'orizzonte che abbiamo davanti appare in rapida trasformazione e, per questo, ricco di **sfide e opportunità**.

Siamo tutti **"in viaggio verso il nostro domani"**, verso **un futuro da ripensare profondamente** per conciliare le esigenze di sostenibilità del business con istanze sempre più forti e sentite a livello globale.

I **cambiamenti demografici e climatici** hanno fatto emergere la necessità di **costruire nuovi modelli economici** e i **rischi pandemici** hanno accelerato questa trasformazione.

La **rivoluzione digitale**, con i suoi effetti su comportamenti e attese dei consumatori, impone alle aziende una **revisione delle strategie distributive e comunicative** con una **profonda riflessione sul rapporto tra mondo fisico e digitale e tra etica e tecnologia**.

Gli **impatti ambientali e sociali** dell'economia stanno portando i principali brand a una **presa di posizione identitaria** per condividere con i nuovi consumatori i propri valori. E la sfera del **ruolo sociale delle aziende** assume oggi una dimensione di maggior rilievo che non può essere più procrastinata nelle strategie di sviluppo e di comunicazione.

Si apre quindi oggi una **sfida nuova e comune a tutti i protagonisti del mercato** - istituzioni, imprese, cittadini – che va vista e colta come opportunità, **per costruire insieme il nostro domani**.

## TEMI TRATTATI:

- Revisione dei modelli economici in relazione ai nuovi scenari determinati dalla pandemia
- Nuova globalizzazione e presidio locale come direttrici di una trasformazione della relazione con il mercato
- Integrare la sostenibilità nelle strategie delle aziende retail
- Il valore dell'identità: non solo condivisione, ma nuovo modello di business
- Etica e tecnologia
- Come cambia la relazione nel mondo fisico e quali impatti ha sul rapporto con i consumatori
- Trasformazione dei modelli distributivi retail e delle strategie di comunicazione
- Nuove modalità di valorizzazione e tutela dei dati dei clienti

## INIZIO SESSIONE ORE 9.00

Chair: Andrea **Cabrini**, *Direttore CLASS CNBC*

## SALUTO DI BENVENUTO E APERTURA DEI LAVORI

Gianfranco **Torriero**, *Vicedirettore Generale ABI*

## KEYNOTE SPEAKER

*Post-Pandemic Retail*Giuseppe **Stigliano**, *Ceo Wunderman Thompson Italy, Professore di Retail Marketing Innovation Università IULM e Cattolica, Co-Autore con Philip Kotler di Retail 4.0 | 10 Regole per l'Era digitale***TAVOLA ROTONDA 1 – "IL NOSTRO DOMANI: SCENARI PER IL NUOVO DECENNIO"***Ne discutono con Andrea Cabrini:*Gabriele **Benedetto**, *Ceo Telepass*Mirella **Cerutti**, *Managing Director SAS Italy*Federico **Rigoni**, *Chief Revenue Officer TIM*

10.30 - 10.50

Networking nell'area espositiva

26 | 27 NOVEMBRE 2020

#ilCliente

IN VIAGGIO VERSO  
IL NOSTRO DOMANI.

## 26 NOVEMBRE | MATTINA

## SESSIONE PLENARIA DI APERTURA – II PARTE

ROOM 1

## LA RILEVANZA: LE SCELTE CHE FAREMO

**Tecnologia e digitalizzazione, revisione dei modelli distributivi, arricchimento delle competenze, sviluppo e innovazione delle modalità di relazione e vendita, trasformazione dei modelli di servizio con la clientela piccole imprese, Open Banking e collaborazione con altre aziende:** sono questi gli ambiti in cui oggi si gioca la competizione nel retail banking. Una competizione che nel 2020 ha visto crescere in modo significativo la propensione dei clienti all'uso del digitale anche, ma non solo, per l'emergenza Coronavirus, che ha accelerato sia la domanda che l'offerta di servizi online.

Per mantenere un ruolo di rilievo, le aziende finanziarie devono **ripensare le loro strategie**, puntando, tra l'altro, sulla **coopetizione con le fintech** e sulle opportunità date dall'**uso più ampio dei pagamenti elettronici**. Ma sarà anche importante **mantenere le promesse della marca e prendere una posizione** netta sulle tematiche cruciali nella vita dei clienti. Mai come oggi, la **relazione con le micro e piccole imprese** assume una rinnovata importanza per **sviluppare nuovi modelli di consulenza e di servizio**, supportando in tal modo l'accelerazione della ripresa economica.

Le scelte di investimento che faremo e la velocità con cui le metteremo in atto influenzeranno il rapporto con i clienti nella direzione di un'**esperienza sempre più rilevante ed empatica**, una maggiore **forza e credibilità del brand** e una piena **condivisione di valori con il consumatore**.

## TEMI TRATTATI:

- Essere rilevanti nel sostegno all'economia e nella vita del cliente
- Investire in tecnologie, capitale umano e relazioni per dare vita a una nuova banca
- Rinnovare le strategie di approccio e relazione con small business e pmi
- Puntare su digitalizzazione e innovatività delle piccole imprese
- Prendere posizione: l'attivismo del brand sui temi cruciali per la società
- Condividere valori e identità per comunicare in sintonia con i bisogni attuali dei clienti e personalizzare l'esperienza
- Valorizzare il ruolo che i pagamenti elettronici stanno assumendo
- Sviluppare nuove forme di collaborazione: coopetition e co-branding valoriale
- Le nuove opportunità del digitale: gli ecosistemi

**Modera:** Andrea **Cabrini**, *Direttore CLASS CNBC*

10.50 - **TAVOLA ROTONDA 2** – “COSTRUIRE IL FUTURO INSIEME ALLE AZIENDE RETAIL”

**Intervento introduttivo** a cura di:

Giorgio **Coppola**, *Managing Director Strategy & Consulting Accenture*

**Ne discutono con Andrea Cabrini:**

Simone **Capecchi**, *Executive Director CRIF*

Mauro **Pastore**, *Direttore Generale Iccrea Banca – Gruppo Bancario Cooperativo Iccrea*

Dirk **Pinamonti**, *Head of E-commerce Nexi*

12.20 - 12.35 **Networking nell'area espositiva**

12.35 - **TAVOLA ROTONDA 3** – “COMPETERE INSIEME ALLE FINTECH”

**Intervento introduttivo** a cura di:

Pasquale **Ambrosio**, *Associate Partner, Fintech & Customer FS Lead KPMG Advisory*

**Ne discutono con Andrea Cabrini:**

Oscar **di Montigny**, *Chief Innovation, Sustainability & Value Strategy Officer Banca Mediolanum* e *Presidente Flowe*

Carlo **Panella**, *Head of Direct Banking & Chief Digital Operation Officer Illimity Bank*

13.30 - 14.30 **Networking nell'area espositiva**

26 | 27 NOVEMBRE 2020

#ilCliente

IN VIAGGIO VERSO  
IL NOSTRO DOMANI.

## 26 NOVEMBRE | POMERIGGIO

## SESSIONI PARALLELE

## ROOM 2

## PARALLELA 1

EMOZIONI E TECNOLOGIE  
COME STRATEGIE VINCENTI

Nei nuovi modelli di servizio la **ricchezza di canali** consente di sviluppare **relazioni sempre più personalizzate, emozionanti e coinvolgenti**. Le tecnologie avanzate aprono **nuovi spazi di raccolta e analisi dei dati per una customer experience "aumentata"**. Si aprono **nuovi territori di dialogo con forme e linguaggi diversi** per essere vicini ai clienti nel mutato contesto economico e sociale. L'**open banking** contribuisce ad aprire strade di sviluppo **per una relazione ancor più rilevante** nella vita quotidiana dei clienti.

## INIZIO SESSIONE ORE 14.30

**Chair:** Daniela Vitolo, Ufficio Studi ABI

**Apertura della Sessione a cura del chair***L'emozione del cliente nella pianificazione di marketing*

Emanuele Baruffa, Responsabile Servizio Marketing Strategico BPER Banca

*Data-telling: dal dato alla relazione. Come costruire un dialogo iper-personalizzato e bi-direzionale con il tuo cliente*

Francesco Compiani, Product Manager Interactive Experience Doxee

*Podcast: un canale nuovo per costruire fiducia*

Giorgio Minguzzi, Digital Strategist e Podcaster

## FINE SESSIONE ORE 15.45

## ROOM 1

## PARALLELA 2

COLTIVARE LA SOSTENIBILITÀ  
PER COSTRUIRE L'OFFERTA

Nell'emergenza pandemica le banche stanno sostenendo l'economia per gli evidenti risvolti sociali. Sta crescendo la **finanza sostenibile**, ossia l'integrazione nel business bancario delle **dimensioni ESG** (ambientali, tra cui il climate change, sociali e di buona governance). I risvolti di questo trend, richiamato anche dai supervisori finanziari, si evidenziano nelle strategie, nei processi gestionali ed operativi nonché nello sviluppo dell'offerta. Un'offerta finanziaria che in fase di ideazione, test e sviluppo deve **tener conto e misurare adeguatamente l'impatto sugli obiettivi di sviluppo sostenibile**. Il **credito**, la **protezione** e lo sviluppo del **risparmio** si arricchiscono di prodotti e servizi che affiancano alla componente finanziaria l'attenzione verso la sostenibilità. Il **cliente potrà scegliere** come contribuire alla transizione e **le imprese sono chiamate a rendicontare** sul loro contributo. Un percorso che porta con sé indubbi benefici, anche in termini di **posizionamento del brand**.

## INIZIO SESSIONE ORE 14.30

**Chair:** Claudia Pasquini, Responsabile Ufficio Rischi, Controlli e Sostenibilità ABI

**SALUTO ISTITUZIONALE**

Giovanni Pirovano, Vice Presidente Banca Mediolanum e Comitato Esecutivo e di Presidenza ABI

*Intervento introduttivo*

Claudia Pasquini, ABI

PRINCIPLES FOR RESPONSIBLE BANKING (PRB): PROGRESS IN YEAR ONE  
| CLIENTS AND CUSTOMERS contributo video a cura di **UNEP FI***Benefit Corporation: il cambio di paradigma economico e sociale*

Erica Azzoaglio, Presidente Consiglio di Amministrazione Banco Azzoaglio

*Le leve imprescindibili della sostenibilità: stakeholder engagement e commitment aziendale*

Gianluca Randazzo, Head of Sustainability Banca Mediolanum

*Sfide e opportunità per lo sviluppo di prodotti sostenibili*

Simona Ceccarelli, Manager SCS Consulting

*Il vademecum sulla finanza sostenibile: un esempio concreto di stakeholder engagement*

Chiara Mambelli, Ufficio Rapporti con le Associazioni dei Consumatori ABI

## FINE SESSIONE ORE 16.00

15.45 – 16.15

Networking nell'area espositiva

26 | 27 NOVEMBRE 2020

#ilCliente

IN VIAGGIO VERSO  
IL NOSTRO DOMANI.

## 26 NOVEMBRE | POMERIGGIO

## I SESSIONE PLENARIA

ROOM 2**CRM, INTELLIGENZA ARTIFICIALE E OPEN BANKING:  
CATALIZZATORI DI EXPERIENCE E ASCOLTO DEL CLIENTE**

Le strategie di customer experience evolvono per **rendere il viaggio del cliente tra i canali sempre più fluido**. CRM evoluto e **Intelligenza Artificiale** consentono di **seguire costantemente il cliente nei vari touch point** per ascoltarlo, dialogare con lui, soddisfarlo e coinvolgerlo. Un processo cruciale in un momento in cui l'**onboarding digitale** ha aperto le porte del web a nuovi clienti. Le nuove tecnologie permettono anche a chi gestisce il patrimonio finanziario dei clienti di **personalizzare la consulenza**, rendendola ancor più rilevante. La grande disponibilità di nuovi dati attraverso l'**open banking** consente di **conoscere maggiormente attese e bisogni dei consumatori** per dare vita a nuovi modelli di offerta.

**TEMI TRATTATI:**

- Le campagne commerciali tra filiale, whatsapp, chatbot e contact center per customer journey più fluidi
- Strumenti evoluti di misurazione e ascolto dell'esperienza omnicanale del cliente
- I chatbot e l'Intelligenza artificiale protagonisti della nuova era conversazionale
- Crm evoluti per viaggiare insieme al cliente
- Risparmio e gestione dei patrimoni: i super poteri dell'intelligenza artificiale per il wealth management
- Robo advisor per clienti e consulenti
- Open banking: nuovi dati per nuovi servizi

**INIZIO SESSIONE ORE 16.15****Chair:** Daniela Vitolo, Ufficio Studi ABI*L'intelligenza artificiale a servizio della customer experience*

Oriana Angelucci, Senior Business Translator Prometeia

e Barbara D'Acierno, Head of Customer Value Management PostePa

*Dominio Mutui e Customer Journey: il cambiamento parte dall'ascolto del cliente*

Barbara Biviano, Domain Leader Mutui BNL - Gruppo BNP Paribas

*Instant Feedback - Ascoltare la voce del Cliente per aumentare la soddisfazione*

Ivan Barcellona, Responsabile Servizio CRM e Campagne Commerciali Crédit Agricole Italia

*Con l'AI possiamo finalmente mettere il cliente prima dei dati*

Uljan Sharka, Amministratore Delegato e Fondatore iGenius

17.30

**Chiusura dei lavori della prima giornata**

26 | 27 NOVEMBRE 2020

#ilCliente

IN VIAGGIO VERSO  
IL NOSTRO DOMANI.

## 27 NOVEMBRE | MATTINA

8.45 - 9.15

Collegamento dei partecipanti e Networking nell'area espositiva

## SESSIONI PARALLELE

## ROOM 1

## PARALLELA 3

DIGITALE, E LA BANCA DIVENTA SEMPLICE  
DALL'ONBOARDING AL CUSTOMER CARE

**Intelligenza Artificiale, Advanced Analytics, Open Banking:** sono queste le tecnologie che stanno indirizzando l'evoluzione digitale nel settore bancario. La crescita d'uso della banca digitale e l'approdo di nuovi clienti nel terreno del web accentuano la ricchezza di dati disponibili. Proprio i **dati rappresentano il valore principale su cui lavorare**. Il nuovo patrimonio informativo consente di **conoscere maggiormente attese e bisogni dei consumatori**, nutrire in modo rilevante e personalizzato il dialogo, la cura, la vendita e l'assistenza fornita. Un processo che supporta anche la conoscenza dei **prospect**, per essere più efficaci ed emozionali fin dalla fase di acquisizione.

## INIZIO SESSIONE ORE 9.15

**Chair:** Silvia **Attanasio**, Responsabile Ufficio Innovazione ABI  
**Apertura della Sessione a cura del chair**

*Digitale, semplicità e digital collaboration: il value mix per il cliente*

Massimo **Tessitore**, Responsabile Digital Business Partner BdT, Private, Prodotti e Canali Digitali Retail Intesa Sanpaolo

*Semplificare la banca digitale a partire dalla voce*

Marco **Pellegrini**, Chief Digital Officer Almawave  
 Gian Carlo **Sassi**, Sales Manager Banking & Insurance Almawave

*Il Digital Onboarding: un asset strategico per l'evoluzione digitale della banca*

Pietro **Lanza**, General Manager Intesa (Gruppo IBM), Blockchain Director IBM Italia  
 e Saverio **Ferraro**, Chief Information Officer BNL - Gruppo BNP Paribas

*Identità digitale e customer journey automation: accogliere il cliente nel mondo digitale*

Francesco **Simonetti**, Business Advisor SAS Italy

*L'investimento in digital media e il conversational marketing: due potenti leve a servizio del ROI*

Luigi **D'Alterio**, Direttore Commerciale Hej!

FINE SESSIONE ORE 11.00

## ROOM 2

## PARALLELA 4

SMALL BUSINESS E PMI  
GESTIRE IL BIG BANG DEL NUOVO MILLENNIO

Il sostegno a **Small Business e PMI** nel post-Covid rappresenta la principale **leva di sviluppo e fidelizzazione** di questo segmento di clientela retail. Riconoscere con l'aiuto dell'**intelligenza artificiale** e dei **big data** le potenzialità delle micro imprese e dei piccoli operatori economici consente di fornire loro la giusta consulenza e di costruire **modelli di servizio rinnovati** per il nuovo decennio. La **consulenza integrata tra esigenze di risparmio, investimento e finanziamento** e la **collaborazione con le fintech** possono costituire leve di crescita e innovazione per professionisti e piccole imprese. Un percorso in cui la **trasformazione digitale dei pagamenti** e del Paese può condurre alla messa a punto di nuovi modelli di servizio che rappresentino per banche e Pmi un comune fronte di sviluppo.

## INIZIO SESSIONE ORE 9.15

**Chair:** Franco **Fiordelisi**, Professore di Economia degli Intermediari Finanziari Università Roma Tre

**Apertura della Sessione a cura del chair**

*Small Business, bilanci in perdita, piani industriali da rifare e Garanzie di Stato: il ruolo atteso delle banche sul backbone economico italiano nei finanziamenti 2021*

Maurizio **Barnabé**, Chief Commercial Officer Mediocredito Centrale

*Come capire i bisogni dei clienti nel tempo e nello spazio, ponendo le premesse per un marketing "1-2-1" e "real-time"*  
 Gaia **Cioci**, Senior Director CRIF

*L'innovazione nei pagamenti digitali B2B per il miglioramento delle performance dell'azienda e della filiera*  
 Alberto **Panariello**, Head of Cards Sales & Partnership Nexi

*Il Fintech al servizio delle PMI: l'esperienza di Confesercenti*  
 Domenico **Siclari**, Professore di Banking and Financial Regulation Sapienza Università di Roma e CFT Fintech Insurtech (Confesercenti)

*La sfida doppia che devi vincere ad ogni costo, se vuoi avere successo con una startup fintech*

Marco **Ferrero**, Giornalista ed esperto di comunicazione fintech

FINE SESSIONE ORE 11.00

11.00 - 11.30

Networking nell'area espositiva

26 | 27 NOVEMBRE 2020

#ilCliente

IN VIAGGIO VERSO  
IL NOSTRO DOMANI.

## 27 NOVEMBRE | MATTINA

## SESSIONI PARALLELE

ROOM 1

## PARALLELA 5

TAVOLA ROTONDA

## UNIVERSO DIGITAL

## STRATEGIE, CANALI E LINGUAGGI

Il mondo digitale apre nuove strade per sviluppare la relazione con il mercato. **Le strategie di comunicazione si arricchiscono di canali, linguaggi, forme**, che si integrano con quelle usate tradizionalmente. Nascono nuove modalità di **coinvolgimento e vendita**, che passano per un **dialogo sempre più diretto tra brand e persone**. L'engagement del **mondo giovanile** - i cosiddetti millennials - si apre a una nuova sfida, quella dei giovanissimi, la cosiddetta generazione z. **Tra canali fisici e il web in tutte le sue connotazioni** nasce l'esigenza di costruire una nuova banca in grado di dialogare, coinvolgere e vendere ribaltando i vecchi paradigmi.

## INIZIO SESSIONE ORE 11.30

**Modera:** Massimo **Cerofolini**, *Giornalista radiofonico e televisivo*

## Ne discutono:

Maurizio **Abet**, *Senior Vice President Communication and Brand Image Pirelli*

Davide **Dal Maso**, *Social Media Coach e Forbes Top Under 30*

Gianni Marco **Rovelli**, *Direttore Comunicazione e Marketing Commerciale Banca Mediolanum*

Alice **Siracusano**, *Amministratore Delegato Luz*

Roberta **Zurlo**, *Chief Commercial Officer Banking & Credit Banca Widiba*

## FINE SESSIONE ORE 13.15

ROOM 2

## PARALLELA 6

## HUMAN MARKETING

NUOVE COMPETENZE E NUOVI FORMAT  
PER UNA NUOVA BANCA RELAZIONALE

La trasformazione digitale dei modelli distributivi, nonché le recenti misure di distanziamento sociale impongono una **revisione dei canali fisici, sia in termini di layout sia di ruolo** nelle strategie di omnicanalità. **La territorialità assume una nuova forza**, che va gestita con un **arricchimento delle persone in termini di nuove competenze e nuove capacità di dialogo e relazione**, sia nel mondo fisico sia in quello a distanza. L'obiettivo è lo **sviluppo di un marketing umano**, in cui le tecnologie possono trasformarsi in importanti strumenti di supporto **per una nuova banca relazionale**.

## INIZIO SESSIONE ORE 11.30

**Chair:** Massimo **Giordani**, *Innovation & Marketing Strategist e Presidente AISM-Associazione Italiana Sviluppo Marketing*

*Apertura della Sessione a cura del chair*

*Human Banking: il digitale al servizio del marketing relazionale*

Daniela **Azzolini**, *Global Account Manager Auriga*

*Il digitale al servizio del territorio*

Laura **Tolino**, *Responsabile Marketing Privati Gruppo Bancario Cooperativo Iccrea*  
e Federico **Nespoli**, *Industry Head, Financial Services ShopFully*

*Sogno...e son dest\*: Spunti e esempi per la progettazione di esperienze e format "human driven"*

Anna Lisa **Balestra**, *Manager Responsabile Area People Management SCS Consulting*  
e Massimo **Fabbro**, *Co-Founder & Chairman DINN!*

*Make it personal: il banking digitale nell'era della relazione*  
Silvia **Bagiolo**, *Head of Communication and Brand Experience ING Italia*

## FINE SESSIONE ORE 13.15

13.15 – 14.30

Networking nell'area espositiva

26 | 27 NOVEMBRE 2020

#ilCliente

IN VIAGGIO VERSO  
IL NOSTRO DOMANI.

## 27 NOVEMBRE | POMERIGGIO

## SESSIONE PLENARIA DI CHIUSURA

ROOM 2TAVOLA ROTONDA**DIGITAL RETAIL BANKING: LE NUOVE FRONTIERE DEL LEGAL TECH**

Lo sviluppo del business finanziario nel mondo digitale ha creato molteplici opportunità, ma anche nuovi rischi. Il contenimento di questi ultimi transita, necessariamente, per un **ripensamento degli aspetti legali**, che vanno adattati al nuovo scenario.

Nasce quindi il cosiddetto **Legal Tech**: tutelare la privacy dei clienti nel mondo digitale, adottare regole efficaci per promuovere prodotti e servizi online, conoscere i clienti in modo più esteso usando consapevolmente strumenti tecnologici avanzati, sono solo alcune delle sfide che devono essere gestite con un **approccio che combini le tecnologie digitali emergenti, le nuove competenze tecniche e il sapere giuridico**. Un know how che potrebbe anche rappresentare un valore da introdurre in nuovi servizi per la clientela.

**TEMI TRATTATI:**

- Governare la tutela dei dati dei clienti: approcci e strumenti tecnologici
- Sviluppare iniziative promozionali nel mondo digitale: le regole della rete
- La tutela legale nel cyberspazio come nuovo valore per i clienti
- Fin dove l'intelligenza artificiale può arrivare per conoscere e profilare il cliente nel digitale?
- ... ..

**INIZIO SESSIONE ORE 14.30****Modera:** Daniela **Vitolo**, *Ufficio Studi ABI***Intervengono:**Simone **Barbieri**, *Head of Compliance & AML ING Italia*Marco **Rotoloni**, *Coordinatore IT&Operation e Intelligenza Artificiale ABILab*Uljan **Sharka**, *Amministratore Delegato e Fondatore iGenius*Giuseppe **Vaciago**, *Docente di Informatica Giuridica Università degli Studi dell'Insubria*

15.45

**Chiusura dei lavori e arrivederci ai prossimi appuntamenti di #ilCliente!**