



UNIVERSITÀ DI PARMA

**25** ANNI **OF** OSSERVATORIO  
FEDELTÀ

XXV Convegno Osservatorio Fedeltà

---

**Visioni e Strategie  
per una nuova Loyalty**

---

*16 ottobre 2025 - Auditorium Paganini, Parma*



**2025**

# IL PROGRAMMA

In occasione del nostro venticinquesimo anniversario, abbiamo voluto dedicare un momento di riflessione e di analisi ai trend che hanno caratterizzato la loyalty e a quelli che ne determineranno l'evoluzione nel prossimo futuro.

Viviamo in un contesto di cambiamenti estremamente rapidi e spesso drastici, tanto dal punto di vista dei consumi quanto da quello dell'economia, della politica, della società. Tutto questo comporta, per le imprese, tante sfide quante opportunità, da interpretare sotto la lente di una nuova visione e, forse, un nuovo ruolo per la loyalty.

## VISIONI E STRATEGIE PER UNA NUOVA LOYALTY

**9:00** - Accoglienza partecipanti e Welcome Coffee

**9:50:** Saluti istituzionali - Prof. **Fabrizio Storti**, Prorettore Vicario, Università di Parma

---

**10:00:** Lo scenario internazionale della Loyalty - **Cristina Ziliani**, Osservatorio Fedeltà

---

**10:30:** Come conciliare promozioni e loyalty - speed round table - **Roberto Quadrelli**, E-Commerce Director, LEGO; **Mirco Stefanoni**, Customer Experience e CRM Manager, Cisalfa Sport; **Alessio Di Rini**, Business Developer, Advice Group; **Francesca Moroni**, Managing Director, TLC Worldwide

---

**10:50:** Keynote Speech: Generative AI: adozione aziendale e impatto sul marketing - **Stefano Puntoni**, Professor of Marketing e Co-Director dello Human-AI Research Center, The Wharton School, University of Pennsylvania (USA)

---

**11:15:** Coffee Break

---

**11:50:** Uso pratico dell'AI nella loyalty - speed round table - **Andrea Varisco**, Direttore Acquisti Promozionali & Marketing, LIDL Italia; **Luca Lanza**, Partner & Consultancy Practice Director, Kettydo; **Marcello Genovese**, Marketing Project Manager, E-Fidelity; **Marco Metti**, Regional Sales Director, dunnhumby Italia

---

# IL PROGRAMMA

---

**12:10:** I risultati della Ricerca Aziende 2025 - **Cristina Ziliani** e **Marco Ieva**, Osservatorio Fedeltà

---

**12:35:** Keynote Speech: Risollevarlo il business grazie al programma fedeltà: il caso Myer One - vincitore "Loyalty Program of The Year Global" agli International Loyalty Awards 2025 - **Robert Pope**, Group General Manager, Myer Group (Australia)

---

**12:55:** I risultati della Ricerca Consumer 2025 - **Giada Salvietti**, Osservatorio Fedeltà

---

**13:20:** Networking Lunch

---

**14:50:** Giovani talenti per la loyalty del futuro - speed round table - **Michele Proia**, CRM Specialist, Artsana; **Veronica Giusto**, Loyalty Marketing Specialist, IREN; **Diego Toscani**, CEO, Promotica; **Fabio Donà**, Customer Transformation Director, PwC

---

**15:10:** Keynote Speech: Trend sociali e di consumo nell'era dell'incertezza - **Andrea Alemanno**, Board Member, IPSOS

---

**15:30:** Il pagamento come nuovo touchpoint della loyalty - speed round table - **Maria Serena Onorato**, Head of Loyalty, Eni Plenitude; **Claudio Bonetti**, CEO e Founder, Fingroove; **Fabio Baldes**, Customer Success Manager, Konvergence

---

**15:50:** Rimanere rilevanti per 25 anni grazie alla fedeltà: spunti dal caso Dotz - **Otavio Araujo**, CEO, Dotz (Brasile)

---

**16:00** - Chiusura lavori, brindisi di saluto e foto con l'Osservatorio Fedeltà

---

# I KEYNOTE SPEAKER



## **Stefano Puntoni**

Professore di Marketing presso la Wharton School della University of Pennsylvania, è Co-Director del centro di ricerca Wharton Human-AI Research, un punto di riferimento nello studio dell'Intelligenza Artificiale, con particolare riferimento al modo in cui gli esseri umani la stanno adottando e stanno evolvendo insieme ad essa.

Le sue ricerche sono pubblicate su numerose riviste accademiche leader quali Journal of Marketing, Journal of Consumer Research, Nature Human Behavior e Management Science. Scrive regolarmente anche per riviste manageriali come Harvard Business Review e MIT Sloan Management Review.

## **Robert Pope**

General Manager di Myer Group, leader dei department store e fashion retail in Australia.

Negli ultimi 5 anni ha guidato la trasformazione del customer engagement di Myer, trasformando il programma fedeltà MYER One in un ecosistema predittivo e data-driven che oggi conta oltre 10 milioni di membri – 8 dei quali contattabili – e genera il 79% delle vendite dei department store.

MYER One ha vinto il premio “Loyalty Program of The Year – Global” agli International Loyalty Awards di quest’anno!



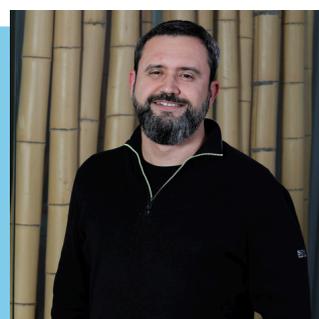
## **Andrea Alemanno**

Responsabile delle service line Public Affairs e Corporate Reputation di Ipsos Doxa, nonché membro del board di Ipsos Italia e della Fondazione Università Bicocca.

Con quasi 30 anni di esperienza nel campo delle ricerche di mercato, è anche editorialista e docente all'Università Bicocca di Milano, e contribuisce con competenza e passione alla formazione delle nuove generazioni. Ci parlerà del cambiamento della società italiana, delle sue fratture e della fiducia nel futuro, tra scenari interni, internazionali e tecnologici.

## **Guest Speaker: Otavio Araujo**

CEO di Dotz, Otavio Araujo si collegherà in diretta dal Brasile per salutarci e per condividerci qualche spunto di riflessione sulla base della loro storia, raccontandoci come, grazie al programma fedeltà, Dotz è riuscita a rimanere rilevante per 25 anni.



# LE “SPEED ROUND TABLES”

**4 tavole rotonde dinamiche, di 20 minuti, in cui manager ed esperti affronteranno i temi più caldi della loyalty!**

## 10.30 - COME CONCILIARE PROMOZIONI E LOYALTY

**Roberto Quadrelli**, E-Commerce Director, LEGO;

**Mirco Stefanoni**, Customer Experience e CRM Manager, Cisalfa Sport

**Alessio Di Rini**, Business Developer, Advice Group

**Francesca Moroni**, Managing Director, TLC Worldwide

*Moderata: Marco Ieva*

## 11.50 - USO PRATICO DELL'AI NELLA LOYALTY

**Andrea Varisco**, Direttore Marketing, LIDL Italia;

**Luca Lanza**, Partner & Consultancy Practice Director, Kettydo;

**Marcello Genovese**, Marketing Project Manager, E-Fidelity;

**Marco Metti**, Regional Sales Director, dunnhumby Italia

*Moderata: Cristina Ziliani*

## 14.50 - GIOVANI TALENTI PER LA LOYALTY DEL FUTURO

**Lorenzo Proia**, CRM Specialist, Artsana;

**Veronica Giusto**, Loyalty Marketing Specialist, IREN;

**Diego Toscani**, CEO, Promotica;

**Fabio Donà**, Customer Transformation Director, PwC

*Moderata: Marco Ieva*

## 15.30 - IL PAGAMENTO COME NUOVO TOUCHPOINT DELLA LOYALTY

**Maria Serena Onorato**, Head of Loyalty, Eni Plenitude;

**Claudio Bonetti**, CEO e Founder, Fingroove;

**Fabio Baldes**, Customer Success Manager, Konvergence

*Moderata: Cristina Ziliani*

# LE RICERCHE DELL'OSSERVATORIO FEDELTA'

*Eccovi qualche anticipazione dalle Ricerche che anche quest'anno presentiamo in anteprima al Convegno:*

Lo **Scenario Internazionale della Loyalty**, presentato come sempre da Cristina Ziliani, propone, attraverso casi internazionali di successo, una panoramica a tutto tondo delle ultime novità sul tema. Quest'anno più che mai, tanti programmi innovativi, da tutti i continenti e per tutti i settori...preparatevi a lasciarvi ispirare!

La **Ricerca Aziende**, il nostro report annuale sulla Loyalty e il Customer Experience Management in Italia, propone quest'anno un quadro dei programmi fedeltà in Italia nei diversi settori, una previsione sulle sfide, le opportunità e gli investimenti dei prossimi anni e un approfondimento dedicato a dati, tecnologie e Intelligenza Artificiale, e all'evoluzione della loyalty attraverso la app.

*Per il 90% delle aziende italiane, i programmi fedeltà dovrebbero dare più servizi che creano valore per il cliente/prospect nelle diverse fasi della sua journey*

La **Ricerca Consumer**, la nostra indagine su cosa piace - e NON piace - ai consumatori italiani nei programmi fedeltà torna quest'anno a parlare di generazioni. La ricerca, svolta su panel IPSOS, propone un confronto tra 1.200 consumatori italiani, appartenenti alle generazioni Z, Y, X e Baby Boomers. Vedremo come questi consumatori si relazionano con i programmi fedeltà e con i servizi offerti dalle aziende per arricchire l'esperienza dei clienti registrati e iscritti, e ne identificheremo le principali preferenze.

*Le generazioni più "adulte" (Baby Boomers e Gen X) manifestano una preferenza spiccata per i vantaggi monetari, mentre Gen Z e Gen Y mostrano molto interesse per vantaggi più emozionali. I vantaggi di natura più sociale/sostenibile, invece, interessano ad un segmento trasversale di consumatori "conscious".*

# L'OSSERVATORIO E LE SUE RICERCHE NEL TEMPO

## 1999-2005

- Lo sviluppo del micromarketing e il suo impatto competitivo;
- Verso nuovi criteri di segmentazione della domanda;
- Misurare l'efficacia dell'attività promozionale;
- Strumenti di loyalty: le carte fedeltà.

## 2011-2015

- Fedeltà e multicanalità nel retail;
- Le preferenze dei consumatori italiani, tra carta e digitale;
- Come cambia il comportamento d'acquisto (e la loyalty) in tempi di crisi;
- Scenari internazionali di Loyalty Marketing;
- I nuovi player e le nuove sfide del Loyalty Management;
- Strumenti di loyalty: il volantino promozionale e i new media di veicolazione.

## 2021-2025

- Loyalty dopo la pandemia;
- Personalizzazione e fedeltà;
- Nuovi spazi di contatto: metaverso, mobile app e retail media network;
- Gli "human touchpoint": fidelizzare i dipendenti;
- L'Intelligenza Artificiale e il consumatore di domani;
- Generazioni e fedeltà;
- Il redesign dei programmi fedeltà;
- Oltre il programma: fidelizzare con servizi ed esperienze.

## 2006-2010

- Coalizioni per creare valore di marketing;
- Il futuro delle promozioni fedeltà nei diversi settori e mercati;
- La fidelizzazione dei canali di vendita;
- Scenari di fidelizzazione in Italia e in Europa;
- Leve macro e approcci micro: prospettive "oltre la carta" per la GDO;
- Strumenti di loyalty: i cataloghi a premi.

## 2016-2020

- Scenari di Loyalty Disruption;
- La gestione dei touchpoint per la Customer Experience e la Loyalty;
- Omnichannel experience e programmi fedeltà;
- Omnichannel e Loyalty attraverso i settori: grocery, banking, fashion;
- Dati, valore e fedeltà: il quadro competitivo delle aziende italiane;
- Strumenti di loyalty: nuovi servizi per nuovi canali.

WHAT'S NEXT?...

# I NUMERI DELL'OSSERVATORIO FEDELTÀ IN 25 ANNI

<b>4.100</b>	PARTECIPANTI da circa 1.500 AZIENDE
<b>7.600</b>	CONTATTI in database
<b>3.970</b>	UTENTI registrati sul sito
<b>2.740</b>	FOLLOWER su LinkedIn
<b>192</b>	RELATORI e SPEAKER del Convegno
<b>156</b>	TESI MAGISTRALI
<b>60+</b>	ARTICOLI SCIENTIFICI
<b>42</b>	PARTNER che ci hanno supportato
<b>39</b>	TIROCINANTI che hanno fatto parte del Team
<b>27</b>	RICERCHE
<b>6</b>	LIBRI

## Osservatorio Fedeltà Academy

<b>3</b>	ANNI
<b>9</b>	WEBINAR
<b>31</b>	RELATORI
<b>1.700</b>	ISCRITTI da circa 350 AZIENDE



# I PARTNER DELL'OSSERVATORIO FEDELTA'

## Platinum Partner



## Gold Partner



## Partner



## Media Partner



# L'OSSERVATORIO FEDELTÀ DELL' UNIVERSITÀ DI PARMA

Fondato nel 1999, l'Osservatorio Fedeltà dell'Università di Parma studia le trasformazioni del mondo promozionale, della loyalty, del CRM e della customer experience. Finalità dell'Osservatorio è quella di contribuire allo sviluppo di una cultura della customer loyalty e del marketing fondato sulla conoscenza dei clienti presso le imprese del nostro Paese, svolgendo ricerca scientifica, divulgando i progressi degli studi sulla fedeltà a livello internazionale e facendo conoscere casi e strumenti eccellenti.

Inoltre, l'Osservatorio Fedeltà vuole essere uno spazio di condivisione sui temi del loyalty marketing per imprese, ricercatori e studenti, stimolando dibattiti e approfondimenti. Ciò si realizza con il Convegno annuale, giunto alla 25° edizione, che accoglie oltre 500 manager da numerosi settori, per affrontare i temi di frontiera della loyalty con esperti internazionali; con le ricerche, sui consumatori e sulle aziende, presentate in anteprima al Convegno; i webinar della Academy Osservatorio, uno spazio di formazione approfondita su tematiche specifiche; i white paper come questo.

L'Osservatorio Fedeltà conta su un network di collaborazioni internazionali tra cui l'Observatoire de la Fidélité dell'Università di Bordeaux, il Loyalty Science Lab della Old Dominion University (USA), la Australian Loyalty Association, la ABEMF (Associazione delle Imprese del Mercato della Fidelizzazione in Brasile), The Wise Marketer e gli International Loyalty Awards, dei quali è media partner per l'Italia.

## IL TEAM DELL'OSSERVATORIO FEDELTÀ

Direttore Scientifico: **Prof.ssa Cristina Ziliani**

Coordinatore: **Prof. Marco Ieva**

Senior Researcher: **Dott.ssa Giada Salvietti**

CRM and Digital Assistant: **Dott.ssa Sabrina Mazzone**

CRM and Digital Assistant: **Dott.ssa Giada Morisi**

Vuoi rimanere informato sull'attività di ricerca dell'Osservatorio Fedeltà dell'Università di Parma?

Registrati al sito [Osservatorio Fedeltà](#) e segui la nostra pagina [LinkedIn](#).