

XXV Convegno Annuale Osservatorio Fedeltà
16 ottobre 2025

VISIONI E STRATEGIE PER UNA NUOVA LOYALTY

LO SCENARIO INTERNAZIONALE

Cristina Ziliani

1 - E' una strategia di
crescita d'impresa

2 - Risolleva le aziende dalla
crisi e abilita il turnaround

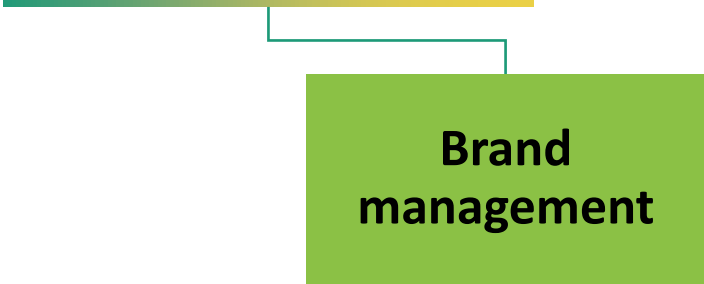
3 - Crea nuovi flussi di
revenues:
i retail media
le subscriptions

4 - La loyalty come compagna
di viaggio nelle diverse fasi
della customer journey

1

**E' una strategia di
crescita d'impresa**

STRATEGIE DI CRESCITA



Brand management

Processo strategico
fondato sullo sviluppare e
sostenere **il valore dei brand**
dell'impresa

Misure: fatturato e quota di
mercato

STRATEGIE DI CRESCITA



Customer management

Processo strategico
fondato sull'aumentare il
valore della base clienti
dell'impresa

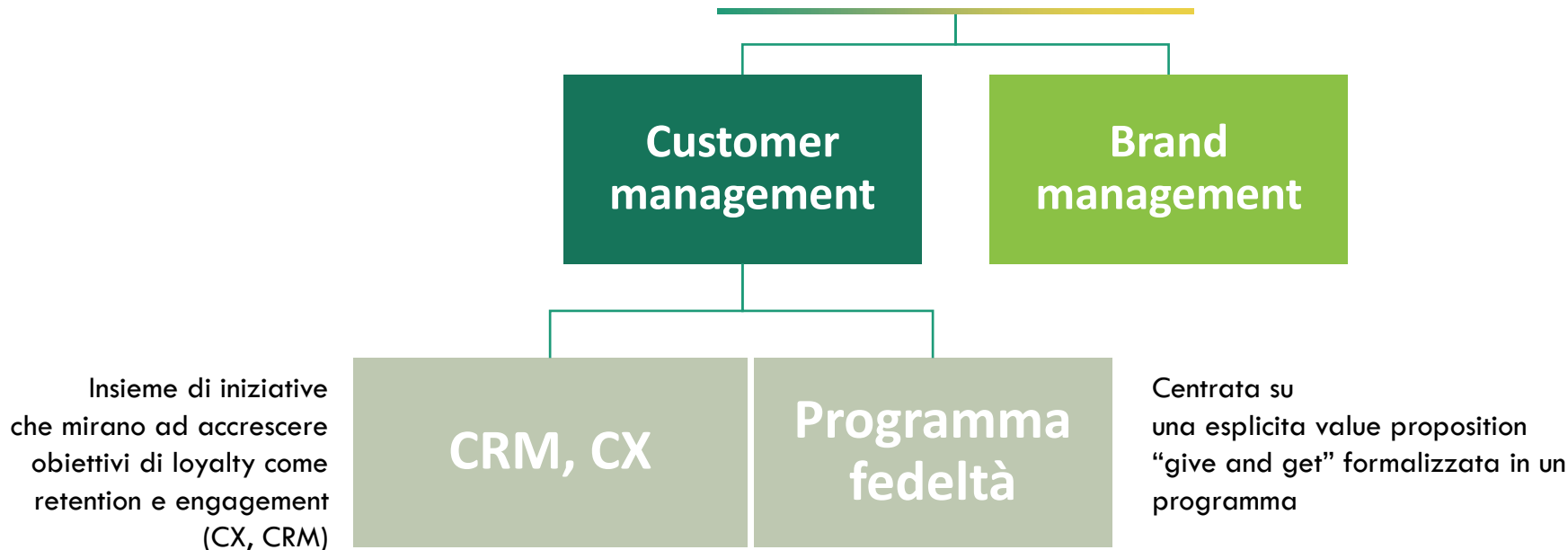
Misure: retention rate e
customer lifetime value

Brand management

Processo strategico
fondato sullo sviluppare e
sostenere il **valore dei brand**
dell'impresa

Misure: fatturato e quota di
mercato

STRATEGIE DI CRESCITA



2085 imprese
10 settori
16 anni, dal 2003 al 2019
80.800 documenti di
trascrizione di earning call

Il focus sul customer
management è aumentato per
tutte le imprese.

Nei servizi è dominante.

La correlazione tra strategia di
customer management e margine
lordo è positiva e statisticamente
significativa in tutti i settori

Firms' Focus on Brand and Customer Management Measurement, Development, and Financial Consequences (2023)

Simeng Han, Thomas Scholdra, Werner Reinartz, Bernd Skiera



110 aziende quotate
55 settori
18 anni dal 2000 al 2017

«Dimostriamo
chiaramente che
l'introduzione di un
programma fedeltà
fa crescere il valore di
Borsa dell'azienda»



1 - E' una strategia di crescita d'impresa

2 - Risolleva le aziende dalla crisi e abilita il turnaround

3 - Crea nuovi flussi di revenues:
i retail media
le subscriptions

4 - La loyalty come compagna di viaggio nelle diverse fasi della customer journey

2

Risolleva le aziende dalla crisi e abilita il turnaround



How Loyalty Programs Are Saving US Airlines

Importance of Customer Loyalty Programs in a Recession

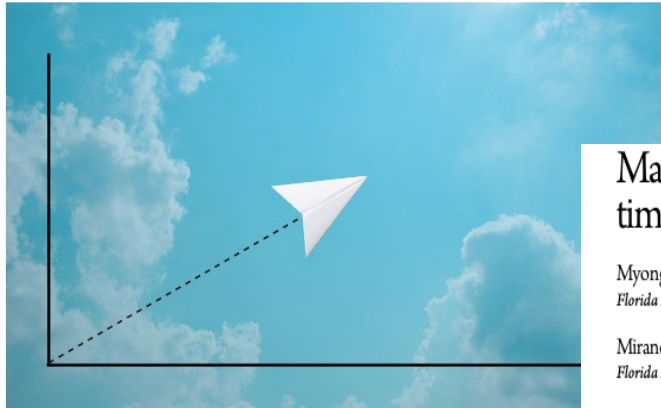
Forbes

Loyalty Programs— A Tool In Times Of Crisis

How Loyalty Programs Are Saving Airlines

by So Yeon Chun and Evert de Boer

April 02, 2021



HBR Staff/Unsplash/zakokor/Getty Images

IAG Loyalty

Getting to the
point of loyalty
in a cost-of-living crisis

FORRESTER

Blogs & Podcasts

Who We Serve

Featured Insights

[Home](#) > [Featured Blogs](#) > Loyalty Is A Lifeline During The

Loyalty Is A Lifeline During The Inflation Crisis

Mary Pilecki, VP, Principal Analyst MAR 14 2022

Cole Walsh, Researcher

Maintaining your loyal customers during hard times: An observation from the gaming industry

Myongjee Yoo
Florida International University, myoo@fiu.edu

Miranda Kitterlin
Florida International University, mkitterl@fiu.edu

Forbes

Mastering Customer Retention: The Lifeline Of Your Business

How Tariff Uncertainty is Impacting Consumer Loyalty, Purchasing, Confidence — and What Retailers can do About it

April 25, 2025 at 1:56 PM EDT By Adam Blair



Trump's tariffs and the battle for brands to maintain customer loyalty

Brands that can adapt their loyalty strategies to meet these new challenges will not only survive but have the opportunity to build even stronger, more resilient relationships with their customers.



A man and a woman are smiling and posing together against a clear blue sky. The man is wearing a light-colored jacket over a dark polo shirt, and the woman is wearing a dark top with a striped scarf. The Myer logo is prominently displayed at the top.

MYER

MY STORE

HOW LOYALTY SAVED MYER FROM THE RETAIL GRAVEYARD

1 - E' una strategia di crescita d'impresa

2 - Risolleva le aziende dalla crisi e abilita il turnaround

3 - Crea nuovi flussi di revenues: i retail media le subscriptions

4 - La loyalty come compagna di viaggio nelle diverse fasi della customer journey

3

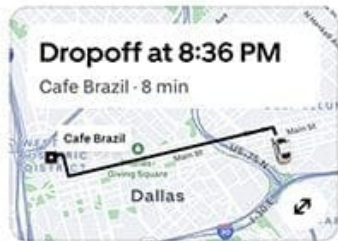
Crea nuovi flussi di revenues:

- i retail media**
- le subscriptions**

Uber launches 'Ride Offers' letting brands pay for discounts on your next ride

“Reward Uber riders with high-value discounts on future rides, turning everyday wait moments into branded engagement opportunities”

Uber



Tip Christopher?

4.9

We'll deliver your tip after th...

\$1

\$3

\$5



Custom



Don't Let Your Bracket Break You

Win Coors Light Merch + Get \$5 off your next ride



Send to phone



Journey Ad



Playable Ad



Microsite

140 miliardi USD
il valore del mercato globale dei
retail media nel 2025

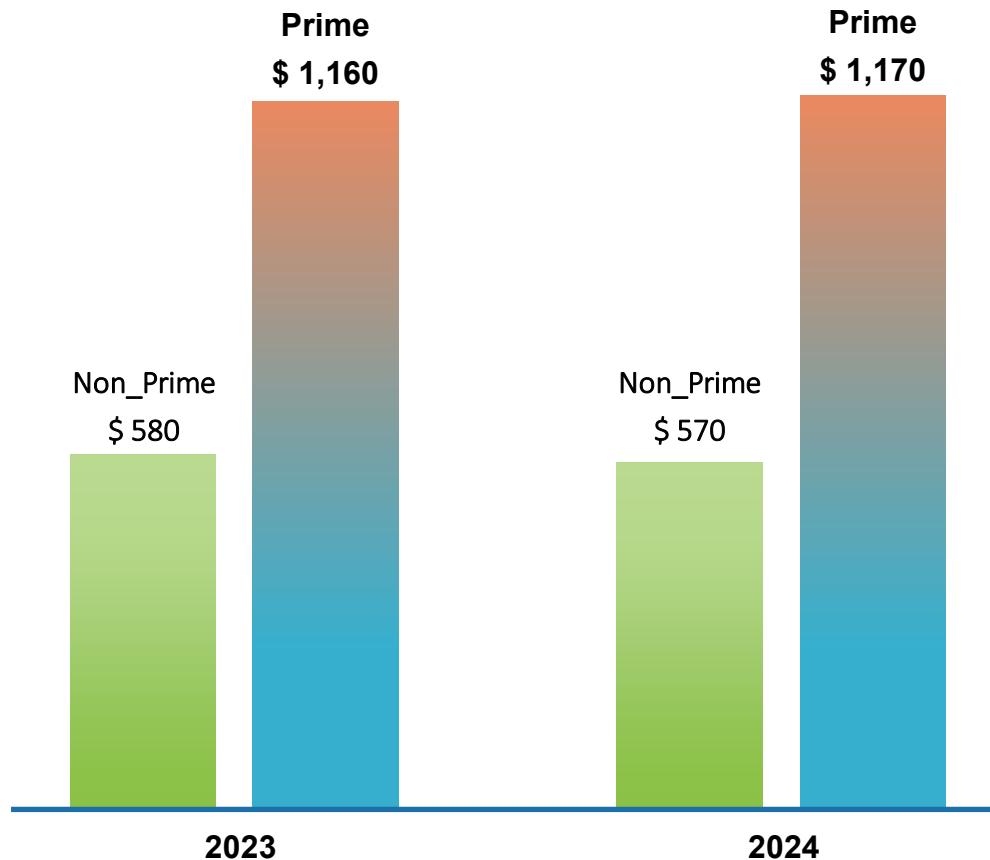
Se escludiamo la Cina
Amazon ha una quota dell'**87%** del
resto del mercato



**LANCIATO
20 ANNI FA**

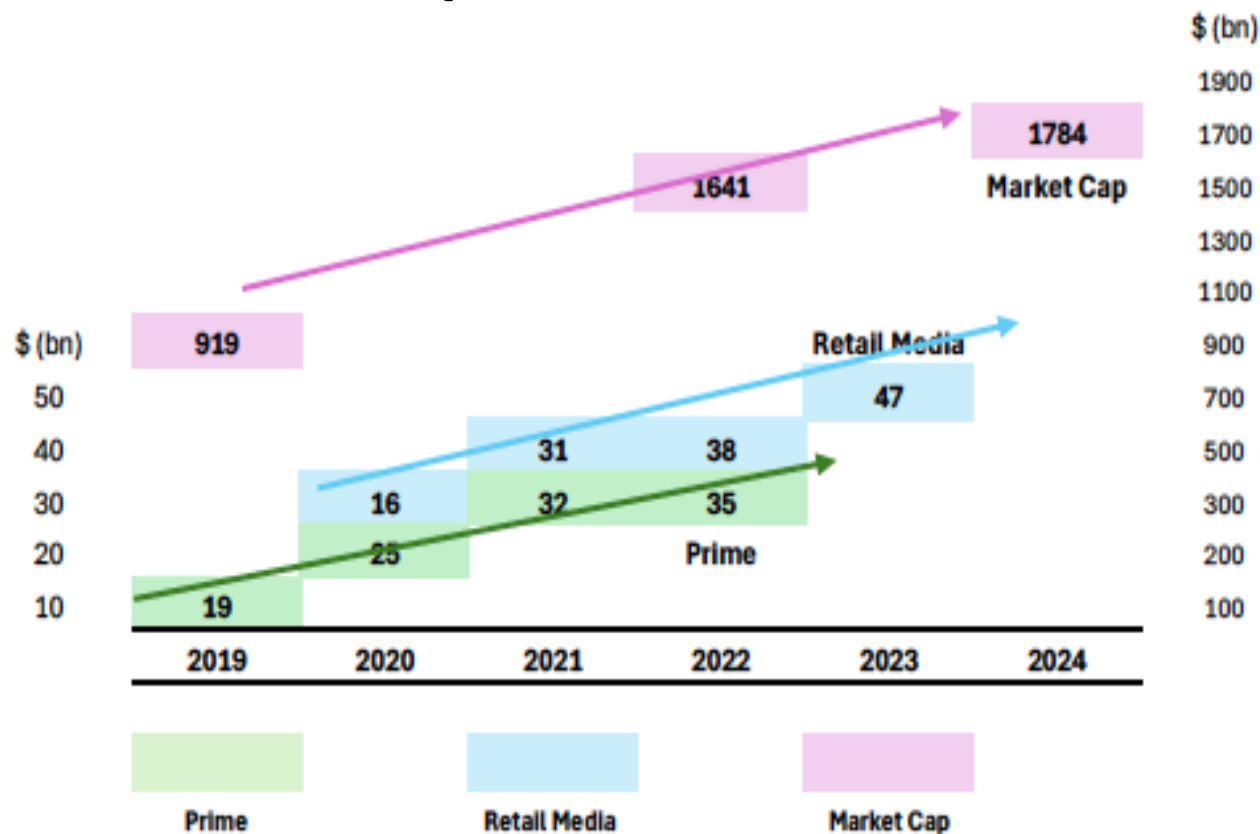
**200 MILIONI
di membri 2025**

**11 billion \$ in 2024
+10% su 2023**



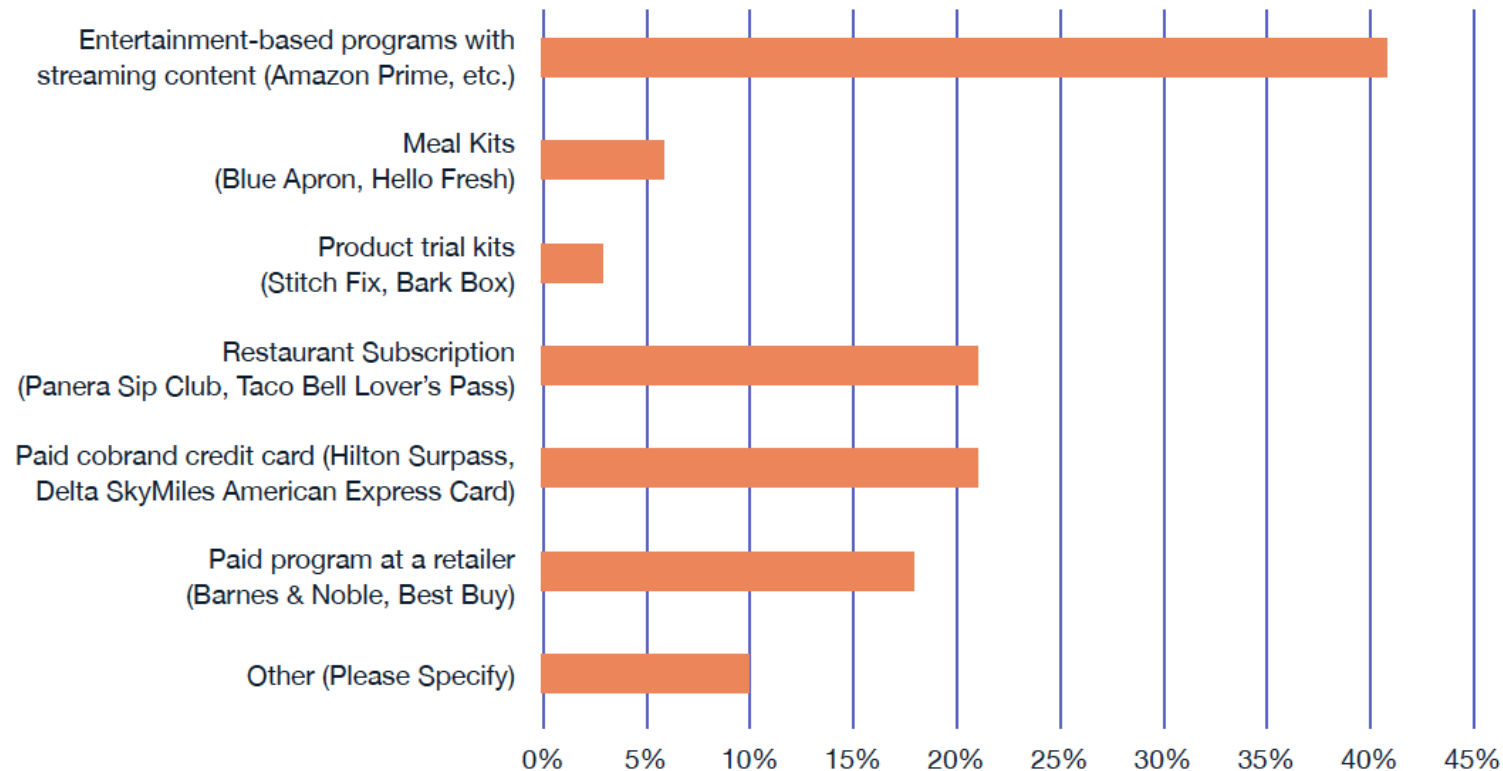
Fonte: CIRP 2025

Growth in loyalty subscriptions drives growth in Retail Media, drives Market cap





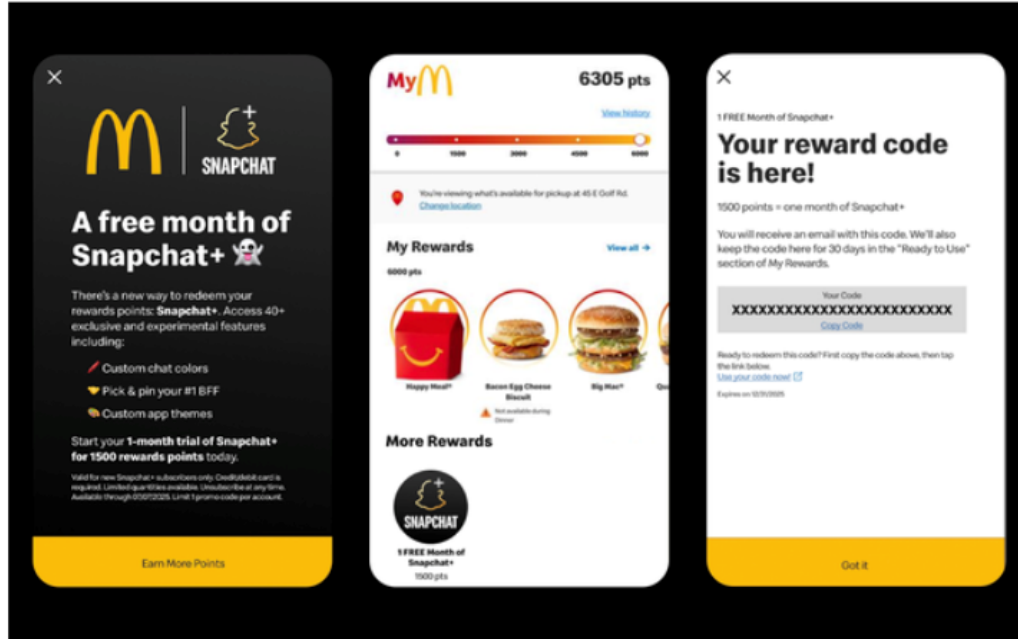
Percentage of respondents belonging to at least one type of fee-based loyalty program



La
subscription
economy
è maturata

McDonald's To Offer Customers Snapchat+ Subscriptions

by Colin Kirkland , June 10, 2025



MyMcDonald's Rewards lanciato nel 2021

175 milioni di utenti attivi worldwide, **+15% YOY**

Punta a 250 milioni entro il 2027

1500 punti McDonalds per un mese di abbonamento a Snapchat+

Nel 2024 gli abbonati a Snapchat+ sono passati da 7 a **14** milioni e generano **500 milioni** di \$ di revenues aggiuntive all'anno

Lanciato a marzo
2025
79 euro/anno
12 offerte al mese
Iscrizioni limitate a
250.000



Ryanair's New 'Prime' Membership Flight Service Explained

Ryanair's Prime: a subscription, not a loyalty program - but why now, and who really benefits?

An Airbnb Loyalty Program Is In the Works and It Won't Be Like Marriott Bonvoy



Dennis Schaal

October 1st, 2025 at 4:46 PM EDT

«Un programma fedeltà è qualcosa di necessario per noi – ci troviamo in svantaggio rispetto agli altri OTA per il fatto di non averlo»

Brian Chesky, CEO Airbnb

Alibaba's new Super Member vision

开启大会员之旅





**Taobao Upgrades User Experience
with New Loyalty Program**

Nuovo programma fedeltà che unifica le piattaforme di ecommerce, delivery e travel

Tutti gli utenti di Taobao sono Supermember, e appartengono a 6 livelli in base al punteggio Taobi

Si passa da Bronze a Black Diamond in base ad acquisti e engagement
Il livello più alto ha 14 vantaggi, incluso lo status gold automatico in 31 catene di hotel, tra cui Marriott e Hilton.

Chi raggiunge il livello Platinum può iscriversi al programma a pagamento 88VIP per soli 10 euro invece di 100

Viaggi e programmi fedeltà sempre più vicini

88% dei consumatori intende fare un viaggio nei prossimi 12 mesi, +10% rispetto a due anni fa

Il modo preferito per usare i punti fedeltà è per viaggiare



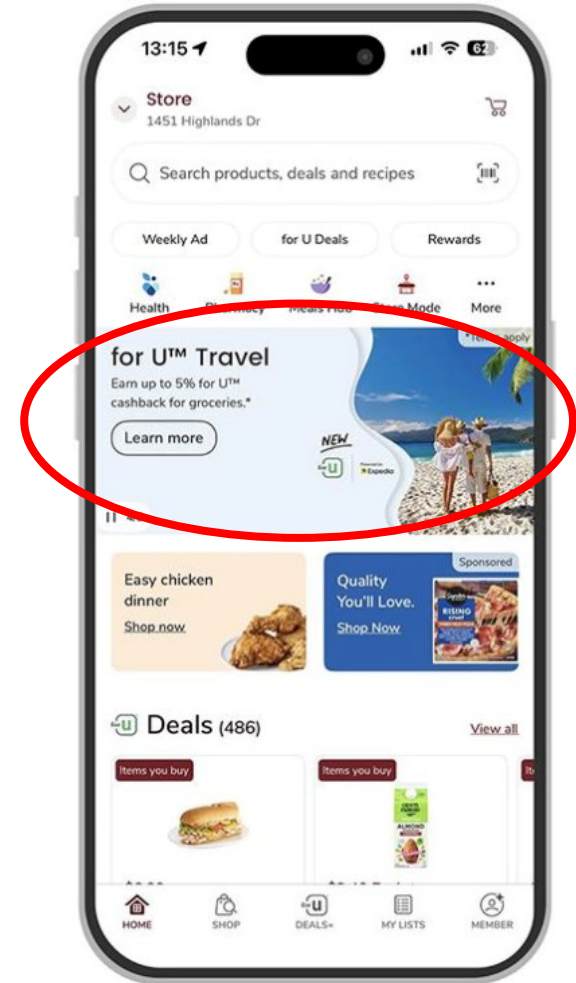
82% dei consumatori è interessato a prenotare viaggi **attraverso un programma fedeltà** «non del settore»

La app di Albertson's
13+ million active visitors / mese
4.8 rating in the app store
Usata **3 volte** la settimana in media

Albertson's vi ha integrato una piattaforma di online booking alimentata da Expedia

I membri del programma fedeltà ottengono il 5% di cashback sui viaggi acquistati da usare per la spesa da Albertson's

I membri del livello a subscription ottengono il 10% di cashback



Albertsons Can Fuel Performance With Travel Loyalty Program

by **Laurie Sullivan**, Staff Writer, September 24, 2025

Perché far crescere gli app users

151 milioni

I visitatori unici/mese
del sito di Walmart

+2% YOY



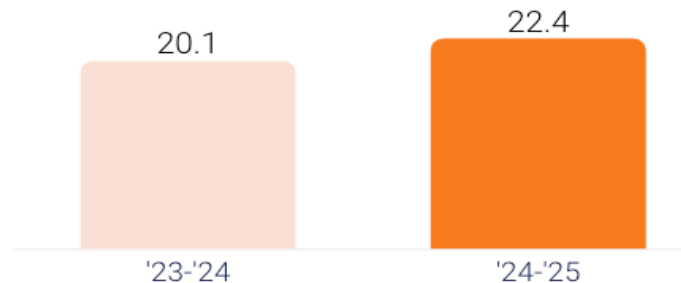
Web Visits per Visitor per Month



Time spent = 26 min

93 milioni

app users attivi/mese
+7% YOY



Apps Sessions per User per Month



Time spent = 69 min

«I retailer che daranno priorità all'esperienza in app saranno nella posizione migliore per catturare il valore degli acquisti ripetuti e rafforzare relazioni di lungo periodo con i clienti»

«La prossima ondata di crescita, fedeltà e customer lifetime value avverrà dentro le app»

Gen Z

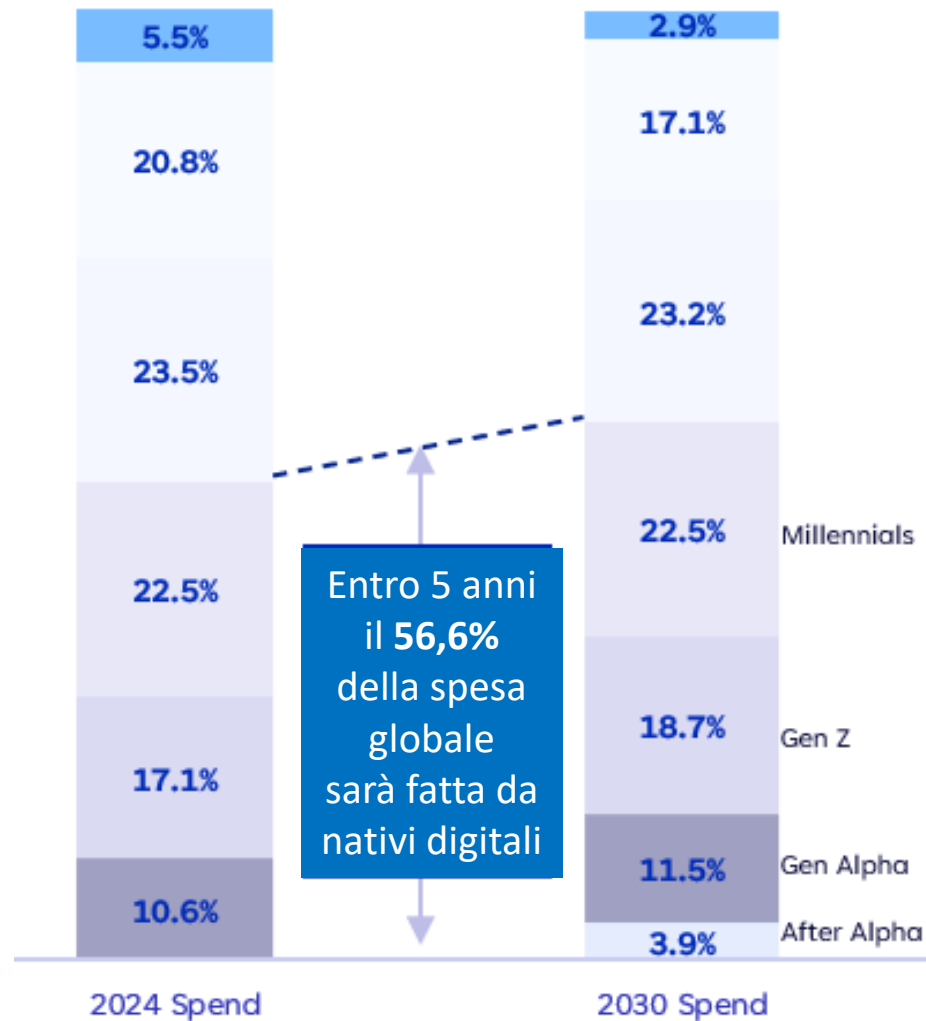
I nati tra 1996 e 2010 (Gen Z) sono la generazione più numerosa (25% della popolazione mondiale) e più ricca di sempre

Il Gen Z medio (di 25 anni) in USA ha un reddito medio annuo superiore del 50% al baby boomer medio quando aveva la sua età, considerato tutto (tasse, inflazione ecc.)

La spesa della Gen Z cresce a velocità doppia rispetto alle generazioni precedenti quando avevano la loro età e entro il 2029 avrà superato la spesa complessiva dei baby boomers

La Gen Z è la più incline a concedersi lussi e ad acquistare a credito (13 p.p. più delle altre generazioni), anche quando è preoccupata

Il 70% della Gen Z preferisce spendere per esperienze che per acquistare cose



Spending Power (%) by Generation
2024 & 2030 (f)

1 - E' una strategia di crescita d'impresa

2 - Risolleva le aziende dalla crisi e abilita il turnaround

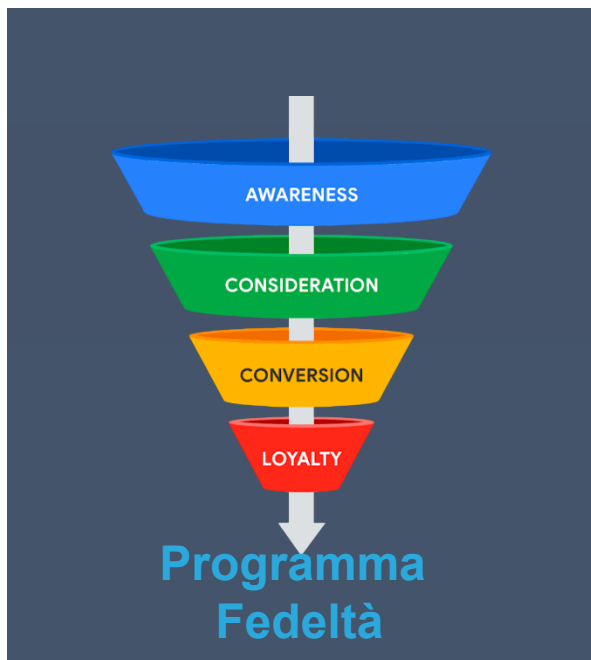
3 - Crea nuovi flussi di revenues: i retail media le subscriptions

4 - La loyalty come compagna di viaggio nelle diverse fasi della customer journey

4

La loyalty come compagna di viaggio nelle diverse fasi della customer journey

La co-evoluzione di Loyalty e Customer Journey



1980

Gestire l'ultima fase
del funnel



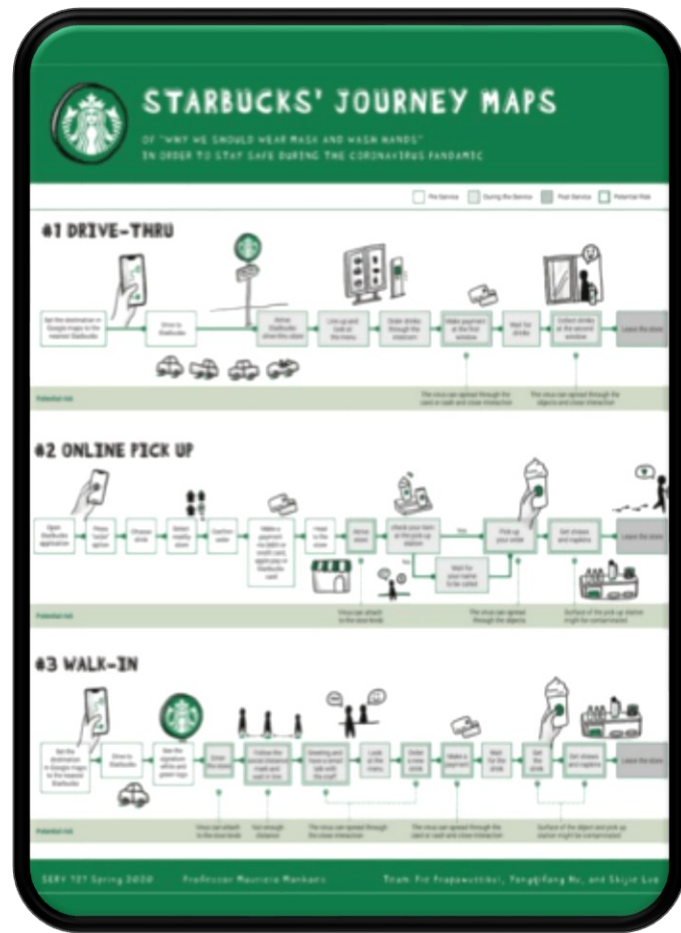
Gestire il ciclo di vita
del cliente



Gestire l'esperienza
sui touchpoint

I SERVIZI DELL'APP DI STARBUCKS

- Check status programma loyalty e «stelle» guadagnate
- Vedere i premi disponibili
- Conoscere i nuovi prodotti in anteprima
- Nuova promo personalizzata ogni volta che si consulta il credito
- Vedere i propri ordini precedenti e i preferiti
- Ricaricare il wallet della app
- Impostare la ricarica automatica del wallet
- Store locator
- Ordinare da remoto
- Pagare con il credito nel wallet o con altre opzioni
- Pagare con la carta di credito di Starbucks/Chase
- Dare la mancia al barista
- Richiedere la consegna a domicilio dove disponibile
- Regalare una gift card con un click
- Partecipare a giochi e quiz



Come sono fatte oggi le journey?

DISCOVERY

BUYING

SERVICE

Discovery

La scoperta
parte da qui

61%

Utenti che scoprono nuovi brand "sempre" o "molto spesso" su TikTok più che su qualsiasi altra piattaforma.



La ricerca
parte da qui

43%

Dei GenZ iniziano le loro ricerche di prodotto su TikTok.



L'engagement
parte da qui

38%

Degli utenti ritiene che guardare i contenuti dei creators è più utile che leggere una recensione su un brand o prodotto

Source1: TikTok Marketing Science Global Long-Term Value of a TikTok User Study 2025 [Italy], conducted by Kantar

Source 2:Source: TikTok Marketing Science Global Long-Term Value of a TikTok User Study 2025 [Italy], conducted by Kantar

Source 3:TikTok Shop Statistics (2025): Revenue, Growth & Trends, Capital One Shopping Research.

«Zero click» search

80% dei consumatori si ferma ai risultati «zero click»
almeno nel 40% delle ricerche,
con un calo del traffico organico tra 15% e 25%

Più fiducia verso l'AI



68% of AI users trust information from an AI tool
47% will use AI to research purchases (Attest 2025)



27% of respondents prefer AI suggestions to those from influencers (24%)(Walmart 2025)



18% degli utenti di genAI preferisce l'AI per le raccomandazioni, contro 16% social media (Accenture per eMarketer 2025)

How people are using ChatGPT

Largest study to date of consumer ChatGPT usage shows demographic gaps shrinking, economic value being created through both personal and professional use.

OpenAI and Harvard economist David Deming



180 million users

52% - 48% female/male

70% non-work related use

3 out of 4 everyday tasks

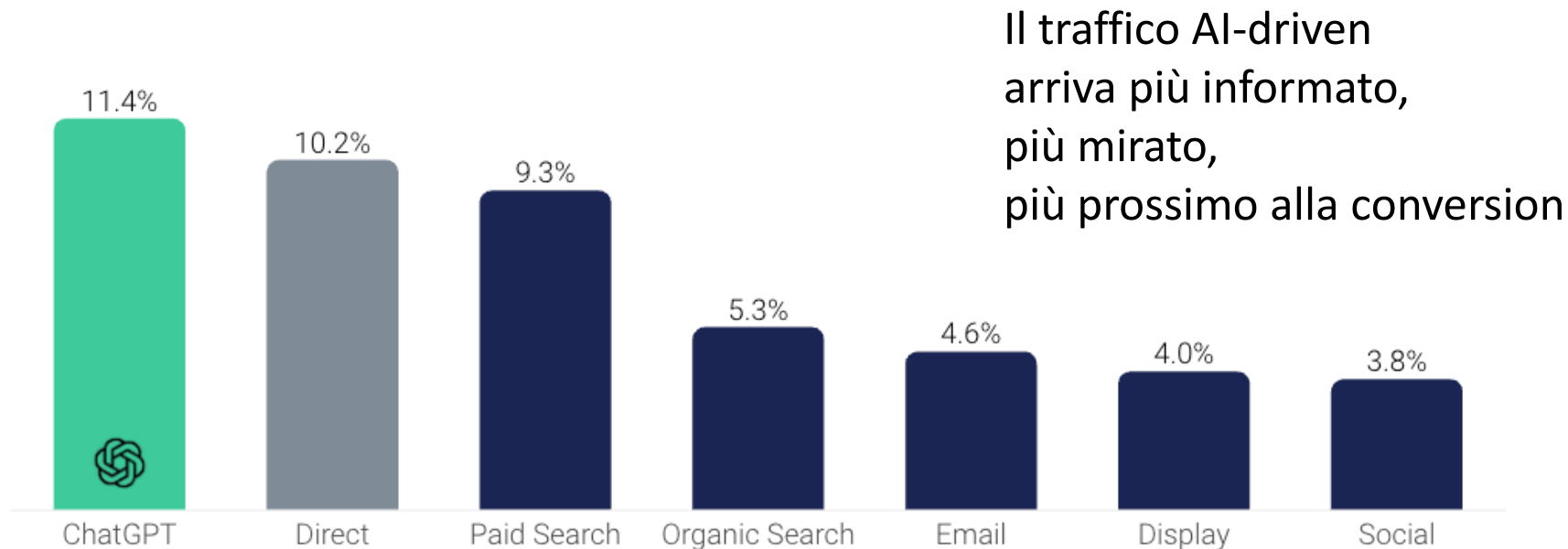
Writing, information-seeking, and practical guidance:

49% Advice, information.

40% Drafting, planning, programming.

11%: Reflection, exploration, play.

Conversion rate delle visite a siti di retail e-commerce in base alla Provenienza: ChatGPT vs altri touchpoints



AI Assistants

Reattivi, svolgono un compito su richiesta, tramite prompt

Capiscono comandi in linguaggio naturale e usano interfacce AI conversazionali (chatbot) per completare il compito per l'utente

AI Agents

Proattivi, dopo il prompt iniziale lavorano in autonomia per raggiungere l'obiettivo assegnato

Disegnano il proprio workflow e usano i mezzi a disposizione

Più autonomi, connessi e sofisticati degli assistant, possono prendere decisioni, agire, interagire con l'ambiente esterno

Hanno memoria e apprendono dalle interazioni con l'utente

Le cose più utili che un AI agent può fare per migliorare la mia shopping journey



Agenti AI e programmi fedeltà



30% OFF

Sephora Collection
The Total Brush S...

\$45.50 ~~\$65~~

Sephora
Member offer

4.5 ★★★★★ (287)

[Shop now](#)

Come i brand, anche i programmi fedeltà dovranno offrire vantaggi algoritmici che gli AI agents possano riconoscere e considerare

Pagamento

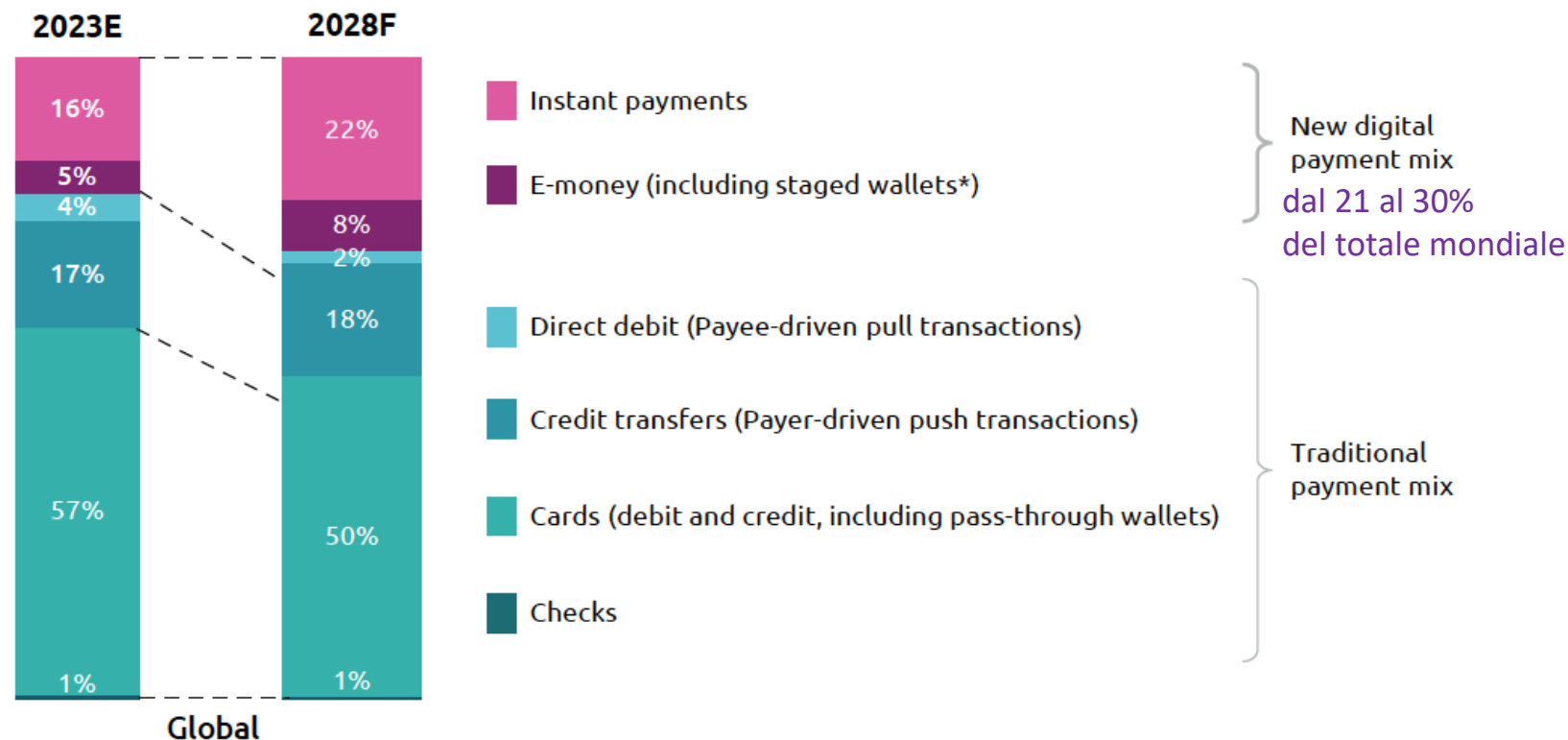
Pagamento e fedeltà

- Momento «high-stress» ad alto impatto sull'intera esperienza
- Il 50% del churn delle subscription è causato da disservizi nella fase di pagamento

Le innovazioni del settore dei pagamenti vengono poi adottate nelle strategie di loyalty per differenziarsi:

- wallets
- tokenisation
- buy now pay later

Instant payments and wallets will alter the future of payments



*Staged wallets, a type of e-money, are pre-funded through cards or accounts before making payments, and store temporary funds - e.g., Google Wallet, PayPal

Insoddisfazione con gli strumenti tradizionali

26% è soddisfatto della propria carta

50% è indifferente

24% è decisamente insoddisfatto

47% abbandona la richiesta a causa della esperienza scadente

24% ha fatto un'esperienza soddisfacente l'ultima volta che ha sentito il contact center

La Gen Z

Banks Face Loyalty Crisis as Gen Z Trades Institutions for Influencers

BY PYMNTS | SEPTEMBER 17, 2025



RevPoints, il programma fedeltà di Revolut che premia ogni acquisto



Giambattista Marzi | 31/03/2025



Satispay lancia la raccolta punti per qualsiasi pagamento, anche per i PagoPA

15 Luglio 2025 21





297 milioni di MoMo wallets attivi
60 milioni attivi al mese
13 paesi

140% la penetrazione del mobile in Ghana

70% degli adulti usa servizi finanziari mobile, contro 20% che ha un conto bancario

MoMo gestisce il 70% di tutto il volume di pagamenti del paese

Africa ha 1.3 miliardi di abitanti

90% delle transazioni si fanno in contanti

La mobile money vale il 40% del PIL dell'Africa subsahariana

Le rimesse internazionali via wallet valevano 1 billion \$ già 5 anni fa, con crescita a doppia cifra

Ha raddoppiato l'inclusione finanziaria nell'Africa subsahariana dal 23% al 55%

MoMo
from MTN

Double Your Rewards with MTN MoMo

Transact with R20 or more and Get R1000 Worth of Grocery Coupons + 1GB

Go Cashless. Just MoMo it.

everywhere you go

MoMo
from MTN

Double Your Rewards with MTN MoMo

Transact with R20 or more and Get R1000 Worth of Grocery Coupons + 1GB

Go Cashless. Just MoMo it.

everywhere you go

Stablecoins as the Next Frontier in Loyalty and Rewards Program Innovation

Gli stablecoin sono monete digitali su blockchain costruite per mantenere valore stabile, essendo agganciate a valute reali come il dollaro o l'euro, e sostenute da riserve verificate.

Istantanee, trasparenti, meno costose.

Online vengono già usate per i pagamenti e le rimesse internazionali, l'acquisto di cryptovalute, l'e-commerce.

Usate nei programmi fedeltà
porterebbero valore,
versatilità e spendibilità



EXCLUSIVE **BANKING**

Walmart and Amazon Are Exploring Issuing Their Own Stablecoins

Corporate coins could take payments activity away from banks and the traditional financial system

30 anni fa Razorfish scriveva:

«Everything that can be digital, will be»



CHINACHEM GROUP

華懋集團

CCG Hearts: Where acts of kindness are rewarded



Let's begin with a Quest

A Quest — an opportunity for you to volunteer, earn points and redeem rewards while spreading joy in our communities. By taking a proactive approach to elevating life in Hong Kong, ordinary people can do some extraordinary things. Let's begin!

**Il prossimo capitolo della
loyalty sarà più umano,
non meno**