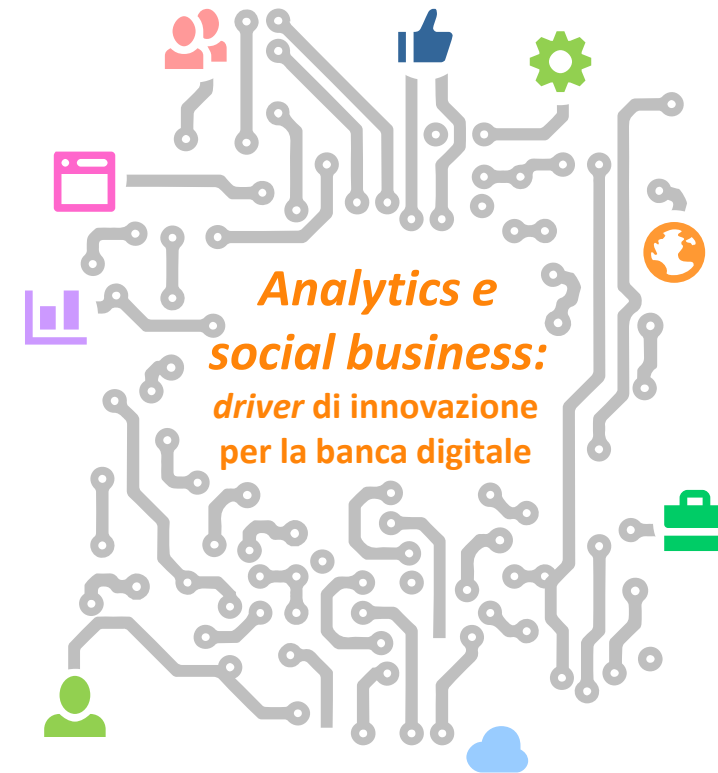


Workshop
2014

La dimensione digitale della società impone alle aziende, e *in primis* alle banche, di far evolvere il proprio modello di *business*, riconsiderando il rapporto con la clientela, sempre più *social*, *mobile*, multicanale. La conoscenza approfondita del cliente, arricchita dall'analisi della sua attività in rete, rappresenta per la "banca digitale" un'opportunità irrinunciabile per differenziare la propria offerta di prodotti e servizi innovativi e ottimizzare la *performance* operativa. Nella nuova sfida del *social business* i dati, esplosi nei *big data* e sapientemente sfruttati tramite gli *analytics*, (ri)conquistano un ruolo centrale, offrendo nuove opportunità di integrazione tra realtà fisica e digitale.



CIPA

Banca d'Italia
Dipartimento Informatica
Servizio Sviluppo Informatico
Tel: +39 06 4792 6803
Email: segcipa@cipa.it
Website: www.cipa.it







9.30

Introduzione

Ebe **Bultrini**
Presidente CIPA - Banca d'Italia



9.40

Analytics e big data: la business intelligence nel sistema creditizio italiano

Isabella **Vicari**
Segretario CIPA – Banca d'Italia



10.00

Big data: iniziative realizzate in Banco Popolare

Giovanni **Pietrobelli**
Banco Popolare



10.20

L'esperienza BNL: dall'analisi dei dati aziendali allo sfruttamento di nuove fonti informative

Flavio **Battolla**
Banca Nazionale del Lavoro



10.40

Algorithm Economy

Giuseppe F. **Italiano**
Università di Roma Tor Vergata

11.00

Q&A

11.10

Coffee break



11.30

Il posizionamento digitale di UBI Banca

Stefano **Levi** - Andrea **Zampino**
UBI Banca



11.50

Conoscere e governare le informazioni: sfide e opportunità

Romano **Stasi**
ABI Lab



12.10

Dalla business intelligence alle business analytics e ai big data: un percorso di successo

Paolo **Pasini**
Università Bocconi



12.30

Business disruptive business: l'imperativo digitale

Nicola **Buonanno**
Google

12.50

Discussione finale

13.30

Buffet lunch