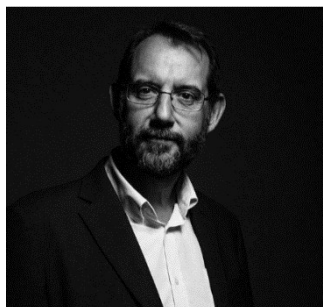




Luigi Maccallini

Roma, 29.07.1965

Via del Casale Giuliani, 30 - 00141 Roma

Mobile 335.1880184

Email lmaccall2007@gmail.com

<https://www.linkedin.com/in/luigimaccallini>

<https://medium.com/@lmaccall2007>

Marketing, Ecosistemi digitali e Innovazione | WellMakers by BNP Paribas Associate | Adjunct Professor presso l'Università LUMSA | Docente a contratto 24ORE Business School e Luiss Business School, Univ. Tor Vergata | Scrittore di Business

PROFILO

L'innovazione è stata la mia bussola fin dall'inizio: mi appassiona esplorare nuove idee nel marketing, nella comunicazione e nell'etica aziendale. Con un MBA in Italia e studi negli USA, ho attraversato vari settori come l'automotive, il petrolifero, le telecomunicazioni e la consulenza. Il mio viaggio nel digitale dura da quasi tre decenni, periodo in cui ho sentito di crescere insieme immerso in questa infosfera.

Oggi, il mio ruolo presso BNP Paribas come WellMakers Associate, la vicepresidenza e la co-fondazione dell'Associazione InnovaFiducia, e la co-creazione del format "The brand must go on", riflettono la mia dedizione. Ma al centro di tutto, c'è la mia inesauribile curiosità e passione, alimentate dall'esperienza accumulata. Lavoro fra Roma, Milano e Parigi e nel vasto mondo del digitale.

Rivolgo un'attenzione speciale alle nuove generazioni, pilastri del nostro futuro.

La mia aspirazione è di lasciare un segno nella loro formazione, incoraggiandoli ad esplorare, a innovare e a superare i confini tradizionali del sapere.

Credo fermamente nella potenza dell'educazione come motore di cambiamento, e dedico una parte del mio tempo a trasmettere conoscenze, stimolando la curiosità e l'ambizione nei giovani talenti che rappresentano il domani del nostro mondo digitale e oltre.

#Futuro:il cambiamento è l'unica costante!

ESPERIENZE PROFESSIONALI

- BNP Paribas Group

WellMakers by Bnp Paribas Associate - Marketing, Ecosistemi digitali e Innovazione - da aprile 2023

WellMakers by BNP Paribas è una piattaforma di Corporate Wellbeing che definisce il benessere su cinque aree primarie: finanziaria, fisica/emotiva, cognitiva, ambientale/mobilità e quotidiana. In questo contesto, ho progettato e guidato la costruzione dell'ecosistema digitale, definendo il modello di raccolta, gestione e valorizzazione dei dati di prima parte.

Ho lavorato con modelli e algoritmi di detection e prediction basati su AI, con l'obiettivo di personalizzare l'esperienza utente (UX/UI), l'offerta di servizi e i contenuti di comunicazione. Ho curato la trasformazione del dato in insight attivabili lungo il journey, abilitando una relazione continua, adattiva e orientata al valore.

Ho definito il posizionamento strategico della piattaforma, il piano di comunicazione e il marketing di prodotto, con un approccio data-driven.

Ho sviluppato WellMakersLab, una content factory integrata che produce contenuti formativi e interattivi (webinar, video, podcast, survey) per rafforzare l'engagement.

Ho contribuito all'evoluzione della piattaforma verso esperienze conversazionali, con interfacce proattive guidate da intelligenza artificiale.

Lavoro su un modello di engagement centrato su fiducia, personalizzazione e co-creazione, superando la logica transazionale a favore di un'economia relazionale.

Next Innovation Manager – da ottobre 2018 ad aprile 2023

Programma di Innovation Management

Il programma mira a gestire l'innovazione sia internamente che in collaborazione con partner esterni, con un'enfasi particolare sulla sostenibilità. Un aspetto chiave di questa iniziativa è lo sviluppo di comunità strategiche e professionali, come quelle dedicate ai talenti, ai data scientist e alle risorse umane. Queste comunità sono concepite per favorire la condivisione di conoscenze e stimolare l'innovazione in aree specifiche, promuovendo un ecosistema di apprendimento e crescita continua.

L'approccio adottato è moderno e data-driven, fondato su analisi approfondite che guidano le decisioni strategiche. Particolare attenzione è riservata alla creazione e distribuzione di contenuti di valore, volti a coinvolgere e informare i membri delle community, rafforzandone il senso di appartenenza e la partecipazione attiva.

In questo contesto, tutti i progetti HR di innovazione sono stati orientati verso un approccio People Analytics: l'obiettivo era trasformare le risorse umane da funzione amministrativa a sistema evoluto di gestione e sviluppo delle persone. Per ciascuna community e per ogni programma, è stato attivato un sistema di raccolta dati e costruzione di indicatori chiave che, grazie all'intelligenza artificiale, hanno consentito la creazione di algoritmi di predizione e di detection. Tali strumenti si sono rivelati fondamentali per supportare lo sviluppo delle competenze, la crescita

delle comunità verticali e il miglioramento del clima aziendale e dell'Employee Net Promoter Score (NPE).

In sintesi, si tratta di un programma ambizioso e strutturato che integra l'innovazione in modo sistemico, sfruttando tecnologie avanzate, analisi predittive e una forte sinergia tra dati, contenuti e persone, per promuovere un cambiamento sostenibile e duraturo all'interno del gruppo bancario.

Retail Communication Manager - dal 2012 ad ottobre 2018

Responsabile del piano di communication marketing per la Divisione Commercial&Private Banking (DCPB) di Bnl Bnp Paribas.

Coordino un team multidisciplinare di 12 persone con un budget gestito di ca 15mln/euro/ anno
Gestisco un network di partner internazionali e nazionali per lo sviluppo dei progetti IT e non, della creatività, della produzione, del media planning e del merchandising.

Coordino alcune partnership digitali OTT (Google, Facebook, LinkedIn, Amazon)

Alcuni progetti speciali (oltre il daily business a supporto del piano commerciale di BNL) :
Lancio digital bank Hello Bank!: strategia di branding e posizionamento, supporto allo sviluppo del modello di acquisition, creatività e lancio di ca 40 promo/anno, piano

media, gestione analytics (g360), DMP/programmatic, strategia di traffico, piano di content marketing e gestione canali social. Ca 100k nuovi clienti dal 2013 ad oggi. Gestione promozione e revenue management.

Lancio rete consulenti finanziari Life Banker: strategia di posizionamento, architettura di brand, campagna di lancio e continuative, progetto Personal Branding&Hiring, costruzione ecosistema digitale per il network dei consulenti finanziari Life Banker; 650 consulenti e 7,5mld di total assett (raccolta+impieghi) - dal 2014 ad oggi

Lancio piattaforma Mestiere Impresa, primo digital business space italiano per il mondo imprese: strategia di posizionamento, architettura di brand, campagna di lancio e continuative piano media, gestione analytics (g360), strategia di traffico, piano di content marketing e gestione canali social. Obiettivo: lead acquisition e digital networking. 20k iscritti dal 2013 ad oggi. Gestione Promozione e Revenue management.

Ecosistema a supporto dell'Employer branding&hiring per Bnl Bnp Paribas: strategia, ideazione e lancio di un nuovo modello di hiring per il gruppo BNPP in Italia. Costruzione di un ecosistema on&off line basato su content, eventi e social activation per acquisire lead (ca 90k cv profilati/anno)

Ecosistema social Bnl Bnpp: strategia, ideazione, lancio e gestione dell'ecosistema social di Bnl con 2,7 mln di fan su FB, 160k follower su Twitter, 70k follower su LI, 15k followers su Instagram, 14 mln views su YT. Ad oggi Bnl è la banca con il più alto tasso di engagement sul mercato. Budget earned media stimato: 1,2 mln euro/anno.

Award: Premio ABI per l'Innovazione – marzo 2014, Premio Nazionale per l'Innovazione – Fondazione Cotec/Presidenza della Repubblica - settembre 2014, Premio Innov@retail Accenture e Sole24ore - marzo 2014 <http://socialwall.bnl.it/>

Format Bnl Explorer: ideazione, costruzione, lancio e monitoring del format di content mktg (Bnl Explorer) utilizzato nel processo di innovazione tramite partnership con Wired, Maker Faire, Salone dei pagamenti, EduCare.

Costruzione del funnel di communication marketing per la lead acquisition a sostegno delle diverse forme di credito (tradizionale, microcredito, crowdfunding e credito artigiano)

SRI – Socially Responsible Investment: strategia, ideazione e delivery della strategia di sostenibilità per Bnl Bnpp partendo dai prodotti SRI.

Lancio attività di engagement e funnell digitale di lead acquisition. Content&event mktg a supporto

Comunicazione rete agenzie BNL – on&off line communication. Strategia, ideazione, lancio e monitoring di tutte le attività di merchandising on&off line sulle diverse tipologie di format agenzie presenti nella rete Bnl in italia (ca 700 agenzie).

Dashboard e CMS di controllo sul versioning e sulla tipologia di campagna per tutte le diverse “vetrine” dei ca 20km di spazi in Italia

Responsabile Comunicazione New Media&Innovazione – dal 2004 al 2012

Innovazione di modello, Comunicazione commerciale, istituzionale ed Employer mktg&branding

Responsabile del servizio Comunicazione On-line e Sostenibilità - dal 2002 al 2004

Comunicazione commerciale e istituzionale multistakeholder e multicanale

- WEBVALUE S.p.A. consulting firm di BNL E-Services S.p.A - fino ad aprile 2002

Innovation&Digital Marketing Practice Leader

- TELECOM ITALIA S.p.A. - fino all'ottobre 2000

Group Product Manager presso la Divisione Clienti Privati, Marketing Prodotti e Servizi – dal 1994 al 1999

Marketing Development&Intelligence Manager con funzioni di Business&Consumer analysis, Customer Profiling System e CRM su Clientela Residenziale-SME – dal 1999 al 2000

- KUWAIT PETROLEUM ITALIA S.p.A. - fino al Settembre 1994

Group product Manager presso la Direzione Marketing Rete su Marketing Fuel, Linea Lubrificanti Auto e Linea “Car Care”

Project Manager su nuovi modelli di Business, National&Local Fidelity Program e Brand Awareness Image&tracking

- RENAULT ITALIA S.p.A. - fino al Settembre 1992

Marketing & Advertising Executive presso la Direzione Generale Roma

Zone Manager con funzione di marketing locale presso la Direzione Regionale Milano

- Scrittore ambito business da gennaio 2014

- Autore di rubriche per LinkedIn :

"#Futuro: l'unica costante è il cambiamento", format esplorativo su tecnologia, dati e IA, analizzando l'impatto della Sesta Onda di Kondratiev su aziende e società

"#Data-driven decision intelligence", rubrica focalizzata sull'applicazione di IA e analisi dati per migliorare i processi decisionali aziendali

"Sinergie del Futuro", dedicata all'esplorazione delle convergenze tecnologiche tra IA, IoT, robotica e nanotecnologie

- Università Lumsa - Adjunct Associate Professor · A contratto da ottobre 2021

Due cattedre: Marketing digitale e Revenue Management e Data Science for decision making (Dati&AI)

- Luiss Business School - Adjunct Associate Professor · A contratto da gennaio 2020

Master in Digital Marketing&Social Media Data

- 24Ore Business School Adjunct Associate Professor · A contratto da gennaio 2016

Docenze in diversi Master (Marketing,&Comm, Arte, Cinematografia, Innovazione&AI, etc)

- Univ. Tor Vergata Adjunct Associate Professor · A contratto da gennaio 2018

Master in Economia e Management della Comunicazione e dei Media

- Università Lumsa Master- Adjunct Associate Professor · A contratto da ottobre 2021

Master in CommDigit, IA e InnovaMarketing

ASSOCIAZIONI

- Co-founder e vice-presidente Associazione Innovafiducia - 2015 [https://
innovafiducia.com/](https://innovafiducia.com/)
- Co-founder format, corsi e vertical “The Brand must go on” – 2018 [https://
www.thebrandmustgoon.com/](https://www.thebrandmustgoon.com/)
- CO-founder A.I.:Artist as inventor. Community a supporto dell’arte e dell’innovazione

RICONOSCIMENTI

- Primo classificato alla 4° edizione del "Premio Philip Morris per il Marketing" - maggio 1992
- Premio Speciale Planet Life Economy Foundation per il progetto Giornalismo d'impresa - strategia di comunicazione multicanale e multistakeholder - ottobre 2005
- 1° premio per portali banche www. bnl.it - Labitalia - novembre 2006
- Adobe Case Award –EM&B, Mobile World Congress Barcellona - maggio 2008
- Google Adwords - Bnl Sem su Conto Revolution - marzo 2009
- Google Adwords - Bnl Youtube su Mestiere Impresa - ottobre 2012
- BNL Live! Premio Speciale Eventi pubblici 3.0 Gran Prix - novembre 2013
- Premio ABI per l’Innovazione – marzo 2014
- Premio Nazionale per l’Innovazione – Fondazione Cotec/Presidenza della Repubblica - settembre 2014
- Premio Innov@retail Accenture e Sole24ore - marzo 2014
- Premio ABI per l’Innovazione – marzo 2018
- Premio MF Global Award – giugno 2018

DOCENZE

- C.U.O.A. (Vicenza) - Master in Marketing e Comunicazione S.S.G.R.R. Scuola Superiore Guglielmo Reiss Romoli (Aquila) - Marketing delle Telecomunicazioni
- Marketing University (Roma) - Master “Esperto in CSR e Sostenibilità “
- Community Treviso (Treviso) - Master in Marketing e Communication
- Cesfa, Università Siena - Comunicazione Finanziaria

- Università La Sapienza (Roma) – Comunicazione e Marketing digitale
- Corso di laurea in Economia presso Università Federico II di Napoli
- Master in Marketing & Comunicazione MUUM – La Sapienza di Roma
- Master in Social Media Marketing - Iulm Milano
- Master in wine digital marketing presso Bibenda – Roma

PUBBLICAZIONI

Casi di Marketing. Vol. XIII, 2017 – Franco Angeli

AIFIN – Rivista marketing e Finanza, n.4/2014

MK.4/2012 – La rivista ABI di marketing e Comunicazione

MK.4/2011 – La rivista ABI di marketing e Comunicazione

LIBRI

Impresa Aumentata: IA e Dati per la Decision Intelligence - edizioni Future+, Ott. 2024

AI | Logoi: Dialoghi tra Uomo e Intelligenza Artificiale - edizioni Future+, Nov. 2024

Re-coding the Future. Ridisegnare il mondo con l'AI - edizioni Future+, Gen. 2025

Co-Intelligenza: Uomo e AI per costruire il Futuro - edizioni Future+, Mar. 2025

FORMAZIONE

Maturità scientifica presso il Liceo Scientifico Statale Plinio Seniore - Roma (1984)

Laurea in Psicologia Applicata e del Lavoro La Sapienza - Roma (1989)

Facoltà di Economia e Commercio, indirizzo Economia Aziendale La Sapienza - Roma (3° anno)

Master in Marketing Management presso l'Università LUISS - Roma (1990)

Master in Marketing e Comunicazione C.U.O.A. con diploma di merito - Vicenza (1991)

Advanced Marketing Course presso il Management Institute della New York University - NYC (1992)

BORSE DI STUDIO

- Borsa di studio Renault Italia SpA nel 1991 a spese di frequenza Master MIM (CUOA)

STAGE

- Renault Italia SpA - Direzione Comunicazione ed Immagine - Roma
- Kraft General Foods di Glenview (Illinois - USA)
- Philip Morris Inc. di Richmond (Virginia - USA)
- Leo Burnett Advertising Agency di Chicago (Illinois - USA)

LINGUE

- Buona conoscenza scritta e parlata della lingua Inglese
- Sufficiente conoscenza del francese
- Sufficiente conoscenza dello spagnolo

ASSOCIAZIONI

- A.I.S.M. (Associazione Italiana Studi Marketing)
- A.M.C. (Associazione Master CUOA)
- Esomar (European Society for Opinion and Marketing Research)
- UPA (Utenti pubblicità associati)
- IAB (interactive Advs Bureau)

Luigi Maccallini

Roma, luglio 2025

Autorizzo al trattamento dei miei dati personali ai sensi Regolamento del Generale Protezione Dati Personali (GDPR2018), 25 Maggio 2018.