

Innovazione e assicurazioni: in BNP Paribas Cardif i dipendenti diventano “attori protagonisti”

Dall’Hackaton interno alla community aperta e trasversale “We are INnovation” sino all’attività formativa digitale. L’ecosistema di innovazione interna di BNP Paribas Cardif, per rendere i dipendenti parte integrante del processo di trasformazione digitale, promuove la “contaminazione” tra funzioni e l’approccio da start-up.

Polizze digitali, chatbot, big data, wearable device, Preventive Insurance: si sa, questa è l’assicurazione del futuro. Ma innovare una compagnia assicurativa è un percorso complesso che richiede tempo, risorse, competenze, formazione e soprattutto una cultura interna orientata al cambiamento, che coinvolga non solo il management ma tutti i dipendenti. Su questo presupposto **BNP Paribas Cardif**, tra le prime dieci compagnie assicurative in Italia¹, ha posto le basi per accelerare il suo percorso di trasformazione creando un ambiente favorevole all’innovazione attraverso un vero e proprio ecosistema, dove la parola d’ordine è “contaminazione”.

La Compagnia ha lanciato recentemente un **Hackaton interno** in cui i dipendenti, con il supporto **dei Gen C**, un gruppo di giovani colleghi provenienti da tutto il mondo, si sono messi in gioco con un nuovo mindset: “pensare semplice”, trovare soluzioni innovative fattibili in breve tempo, sperimentare e gestire il rischio, proprio come una start-up. **Sei team** composti da risorse di diverse aree (dal marketing al legal, dal finance alla compliance, ecc.) hanno lavorato per tre giorni su temi differenti con l’obiettivo di sviluppare nuovi prodotti, ad esempio per i millenials, trovare soluzioni per migliorare la collaborazione tra funzioni o il benessere al lavoro e così via.

Nel 2017 **BNP Paribas Cardif** ha creato anche “**We are INnovation**”, la prima community **aperta e trasversale** composta da dipendenti volontari che ha come obiettivo quello di diffondere la cultura dell’innovazione e del digitale in tutta l’azienda attraverso degli Ambassador interni. Un progetto che sfiora molti ambiti: dalla creazione di momenti di condivisione con esperti di innovazione esterni, a una piattaforma on-line di “idea sharing”, per proporre idee e progetti, sino a un contributo attivo nella selezione dei finalisti delle call4ideas ecc.

“L’innovazione e le sfide digitali sono una chiave competitiva fondamentale che va in tutti i modi sviluppata e diffusa. Da anni collaboriamo con successo con start-up, studenti e innovatori di altre industry, ma innovare significa anche avere la capacità di trasformarsi trovando il giusto equilibrio tra il “guardare fuori” e la valorizzazione del proprio DNA, capitalizzando la creatività delle proprie persone” - dichiara **Isabella Fumagalli, Amministratore Delegato di BNP Paribas Cardif in Italia** - “Vogliamo che i nostri dipendenti abbiano un ruolo da veri attori protagonisti nel processo di trasformazione, non da spettatori. Per questo nel 2017 abbiamo consolidato il nostro percorso interno di innovazione, iniziato anni fa con la creazione di un laboratorio di R&D, implementando un ecosistema interconnesso con nuovi contenuti e modalità, anche di linguaggio. Grazie al team working trasversale, basato sulle competenze e non sulla gerarchia, risorse molto diverse tra loro si uniscono in contesti informali e imparano a “contaminarsi” gli uni con gli altri, creando valore”

In questo nuovo contesto non si può dimenticare il percorso di accompagnamento continuo ai nuovi modi di lavorare, ai nuovi tools e alle nuove tecnologie attraverso una formazione sempre più **4.0**, in linea con i nuovi assetti aziendali, volta a supportare i dipendenti in questa fase di evoluzione. Oltre all’offerta classica (linguistica e tecnica) e ai corsi di approfondimento su vari temi, la digital transformation prevede una formazione sullo smart working. Anche **l’ascolto** e il confronto rimangono fondamentali per **BNP Paribas Cardif**: nel 2018 la Compagnia lancerà un nuovo strumento innovativo e digitale che mette al centro lo sviluppo del collaboratore e la sua relazione con il proprio responsabile, in una logica di feedback continuo e strutturato.

¹ Classifica ANIA 2016



BNP Paribas Cardif

BNP Paribas Cardif dal 1989 sviluppa e distribuisce in Italia prodotti assicurativi per i segmenti Protezione e Risparmio attraverso diversi canali (www.bnpparibascardif.it).

N. 1 a livello mondiale nel creditor insurance*, BNP Paribas Cardif svolge un ruolo essenziale nella vita dei clienti assicurati, fornendo soluzioni di risparmio e protezione che consentono loro di realizzare i propri obiettivi e di proteggersi dagli eventi imprevisti.

In un mondo caratterizzato da nuove abitudini e stili di vita emergenti, la Compagnia, filiale di BNP Paribas, si avvale di un modello di business unico fondato sulla partnership. L'offerta assicurativa viene sviluppata in co-creazione con circa 500 distributori partner di vari settori (banche e istituti finanziari, società automotive, aziende retail, telcos, utilities, consulenti finanziari indipendenti e broker...) che ne garantiscono la commercializzazione al cliente finale.

Con una presenza in 35 paesi, e forte posizionamento in tre regioni (Europa, Asia e America Latina), e con 100 milioni di clienti, BNP Paribas Cardif si è affermata come specialista a livello globale nell'assicurazione personale e svolge un ruolo importante a sostegno dell'economia.

Con oltre 10.000 dipendenti nel mondo**, BNP Paribas Cardif ha raggiunto nel 2016 una raccolta premi pari a 27,1 miliardi di €, di cui il 57% generato dall'internazionale.

Segui le ultime notizie su BNP Paribas Cardif:  @BNPPCardifIT

* Fonte: Finaccord

** Personale delle entità giuridiche controllate da BNP Paribas Cardif: circa 8.000 dipendenti

Per informazioni

MY PR

Roberto Grattagliano
Davide Bruzzese
02 54123452 - 3389291793
roberto.grattagliano@mypr.it
davide.bruzzese@mypr.it

BNP Paribas Cardif Italia

Cristina Cislaghi
Head of Media Relations
cristina.cislaghi@cardif.com



**BNP PARIBAS
CARDIF**

**L'assicurazione
per un mondo
che cambia**