

BNP Paribas Cardif Ai millennials digitali piace l'assicurazione

*Le nuove generazioni sono sempre più attente a tutelare se stesse e i propri beni, con il 15% che possiede una polizza che non sia auto o moto, e reputano la loro customer experience assicurativa positiva: è quanto emerge dalla ricerca innovativa promossa da **BNP Paribas Cardif** e realizzata dalla start-up **Friendz***

I giovani rappresentano non solo il presente ma soprattutto il futuro di un Paese. Ma le aziende sanno ascoltare le loro esigenze e i loro bisogni? **BNP Paribas Cardif**, tra le prime dieci compagnie assicurative in Italia¹, lo ha fatto promuovendo una ricerca realizzata dalla start-up **Friendz**, per rilevare il sentiment dei **millennials** sulla customer experience nei mercati digitali, con un focus sul mercato assicurativo.

I risultati? Sotto molti punti di vista sorprendenti. Nonostante i luoghi comuni, è emerso che i **millennials** hanno una **buona opinione del mondo assicurativo** e sono tanti gli utenti digitali che, nonostante la giovane età, sono in possesso di un'assicurazione oltre a quella dell'auto o della moto, con particolare preferenza per le polizze vita o per la protezione della casa.

La ricerca, **innovativa e unica nel suo genere**, è stata condotta tramite app su un campione di **1.000 utenti digitali** (18-35 anni) della community di Friendz, che per l'occasione sono stati coinvolti anche attraverso domande "non convenzionali" dove hanno potuto esprimere la loro creatività inviando selfie o video come risposta.

I giovani hanno, quindi, un livello di soddisfazione alto: quasi sei su dieci (56%) valutano, infatti, l'esperienza con la propria assicurazione positiva e solo il 3% negativa. Sul perché si ritengano soddisfatti indicano come principali motivazioni la "**chiarezza su cosa era incluso ed escluso dalla polizza**" (per il 42%) e la "**comunicazione con l'assistenza**" (per il 24%).

Non solo. Chi pensa che ai giovani non interessino le assicurazioni oltre a quelle auto e moto deve ricredersi. Ben il **15% del totale a livello nazionale** ne possiede almeno una, con la polizza **Vita** (49%) e la **Casa** (41%) le preferite, seguite dagli **Oggetti** (20%), la **Salute** (13%) e i **Viaggi** (5%). Una curiosità: se l'uomo è più attento alla casa, le giovani donne dedicano maggiore attenzione alla salute e alla tutela degli oggetti; la polizza vita è invece prerogativa delle fasce più "adulte" (26-35 anni).

Ma se gli utenti digitali sono particolarmente soddisfatti su molti aspetti, inclusi il **prezzo** (il 55% ha dato un voto oltre il 7), l'**assistenza** (56% oltre il 7) e il **linguaggio assicurativo** (56% oltre il 7), non mancano le criticità, come la **velocità del risarcimento**, che resta insufficiente per quasi 6 intervistati su dieci (57%). Un aspetto su cui le Compagnie dovranno lavorare per costruire un'assicurazione che sia sempre più in linea con le esigenze dei giovani utenti digitali.

¹ Classifica Ania



*“Era importante per noi fotografare le percezioni dei millennials per verificare se come settore assicurativo stessimo andando nella giusta direzione, ma non volevamo farlo in modo tradizionale - **afferma Isabella Fumagalli, AD di BNP Paribas Cardif in Italia** -. “Crediamo fortemente nella sperimentazione e, quindi, abbiamo scelto come partner una giovane start-up, **Friendz**, con una community formata da utenti digitali giovani e creativi, in grado di fornirci informazioni utili a disegnare l'assicurazione di domani.” - prosegue **Fumagalli** “I risultati sono estremamente positivi ma questo deve essere un punto di partenza per continuare a sviluppare un nuovo concetto di assicurazione, più vicina alle persone e sempre più basata sulla conversazione con i clienti.”*

*“La fantasia e la reattività della community di Friendz, che vanta ormai 120.000 persone, sono state sorprendenti e foriera di informazioni preziose anche per noi” - **afferma Cecilia Nostro, Co-founder di Friendz**. “I millennials hanno reagito in maniera incredibilmente positiva all'esser stati coinvolti da una compagnia assicurativa, con una modalità così smart e vicina al proprio linguaggio, e si sono sentiti parte del processo di trasformazione. Come giovane start-up, siamo lieti che lo spirito di Friendz sia stato apprezzato da un grande brand internazionale come BNP Paribas Cardif che ha subito creduto in noi.”*

Anche se il mondo assicurativo viene vissuto favorevolmente dai millennials, vi sono poi settori “eccellenti” da cui poter trarre indicazioni utili per migliorare l'esperienza con il cliente. I giovani hanno dato un voto molto alto ai servizi di **e-commerce** (7,9 su 10), indicando come principali fattori innovativi la “**comunicazione in tempo reale**” (36%) e la “**velocità del servizio**” (33%), preferite alla “comodità del servizio” e alla “facilità di reso” (indicato più dalle donne). Un dato che mostra come le compagnie assicurative abbiano intrapreso la direzione corretta, con la “comunicazione” giudicata molto positiva dal 53% del campione (voto oltre il 7), anche grazie all'utilizzo dei canali social, e la velocità di risposta dal 55% (voto oltre il 6).



**BNP PARIBAS
CARDIF**

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

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 crea soluzioni innovative e ad alto valore aggiunto nell'ambito del risparmio e della protezione in un mondo profondamente cambiato 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 distributori multisettore che ne garantiscono la commercializzazione al cliente finale.

Con una presenza in 36 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.

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 ParibasCardif: [🐦 @bnpp_cardif](https://twitter.com/bnpp_cardif)

* *Fonte: Finaccord*

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

Friendz

Friendz nasce come un'app Android e iOS che trasforma i suoi utenti negli ambassador perfetti dei brand che amano. E' un'azienda giovane e guidata da giovani che idea e realizza progetti di comunicazione digitale e ricerche di mercato per grandi brand, coinvolgendo sempre la propria community che, ad oggi, conta più di 120.000 persone.

Per informazioni

MY PR

Roberto Grattagliano
Alessia Greco
02 54123452 – 3389291793
roberto.grattagliano@mypr.it
alessia.greco@mypr.it

BNP ParibasCardif Italia

Cristina Cislighi
Head of Media Relations
cristina.cislighi@cardif.com



**BNP PARIBAS
CARDIF**

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