

BNP Paribas Cardif: Amyko, Spixii e D-Heart sono i tre vincitori di Open-F@b Call4Ideas 2016

Il contenuto tecnologico, la capacità di soddisfare un bisogno concreto e la fattibilità sono stati i fattori che hanno premiato i tre progetti vincitori, che spaziano dalla salute sino ai sistemi di interazione

Milano, 30 novembre 2016 – Sono **Amyko (primo classificato)**, **Spixii (secondo classificato)** e **D-Heart (terzo classificato)** i vincitori della terza edizione di **Open-F@b Call4Ideas 2016**, il contest paneuropeo promosso da **BNP Paribas Cardif**, tra le prime dieci compagnie in Italia¹. Realizzato in collaborazione con **InsuranceUp.it**, il primo portale in Italia dedicato all'innovazione digitale e all'imprenditorialità nel settore assicurativo, e **Polihub**, Startup District&Incubator del Politecnico di Milano, il contest quest'anno ha posto l'attenzione sul miglioramento della **Customer Experience** degli assicurati, con un particolare focus sulla protezione della famiglia, della casa, della salute e della mobilità in tutte le sue accezioni.

I tre vincitori, selezionati da un Comitato composto da executive del Gruppo BNP Paribas e di BNP Paribas Cardif, da professionisti universitari nell'ambito delle tecnologie digitali e da giornalisti, verranno supportati dall'R&D interno della Compagnia nello sviluppo e nella concretizzazione del progetto.

Grazie ad **Amyko** sarà possibile visualizzare le informazioni mediche del paziente su una piattaforma in cloud, collegata a un braccialetto Nfc. Con **D-Heart** ci si potrà fare un elettrocardiogramma da soli, tramite un elettrocardiografo portatile, e condividerlo con uno specialista. Il progetto di **Spixii** consentirà di interagire con i clienti in modo automatizzato tramite chat e di acquisire dati e insight.

La cerimonia di premiazione si è tenuta ieri 29 novembre a Milano, presso lo spazio Edit, ed è stata aperta dall'intervento di **Isabella Fumagalli**, Amministratore Delegato di **BNP Paribas Cardif in Italia**, a cui sono seguiti un momento di dibattito sulla centralità della Customer Experience per le imprese, grazie all'analisi di **Oliwia Berdak di Forrester** e alle testimonianze di **Marco Corradino di Lastminute.com** e **Ignazio Rocco di Torrepadula di Credimi**, la presentazione delle start-up finaliste, introdotte da **Andrea Rangone**, CEO di **Digital360** e, infine la premiazione dei vincitori da parte di **Fumagalli** e **Stefano Mainetti**, CEO di **Polihub**. L'evento è stato moderato da **Giovanni Iozzia**, Direttore di **InsuranceUp.it**.

“Rispondere ai nuovi trend significa innanzitutto semplificare la vita dei nostri clienti ed essere più vicino a loro: per questo abbiamo chiesto alle start-up che hanno partecipato di presentarci piccole o grandi idee per migliorare la Customer Experience – ha dichiarato Isabella Fumagalli, Amministratore Delegato di BNP Paribas Cardif in Italia – Ancora una volta siamo rimasti colpiti dalla creatività dei progetti che ci sono arrivati, molti in ambito salute e sicurezza, che sono tutti interessanti e danno delle risposte molto chiare. Per avere una customer experience positiva, simile a quella di altre industrie più avanzate in questo senso, le Compagnie devono soprattutto migliorare la conversazione con i propri clienti, rendendola più fluida e bidirezionale, e offrire servizi ad alto valore aggiunto sfruttando al meglio le nuove tecnologie.”

¹ Classifica ANIA 2015

Ma quali sono i fattori che hanno premiato le tre idee finaliste?

Il contenuto tecnologico, la capacità di soddisfare un bisogno concreto e la fattibilità, sia innovando sia migliorando sistemi già esistenti, costituiscono l'essenza dei progetti di **Amyko (primo classificato)**, **Spixii (secondo classificato)** e **D-Heart (terzo classificato)**.

1° classificato: Amyko – Sicurezza. Semplicità. Interattività.

Team: Marcello Bonora, Riccardo Zanini

Amyko nasce a Ottobre del 2013 a bordo di un bus durante la "startup Europe competition" dove Filippo Scorza e Riccardo Zanini si incontrano per la prima volta. Fin dal primo giorno i due founder si sono ispirati al positivo impatto sociale che Amyko potesse dare agli utilizzatori fornendo concretamente un servizio innovativo, pratico e user friendly in grado di migliorare sensibilmente la sicurezza delle persone.

Progetto

Amyko è una piattaforma con servizio in cloud che, tramite un braccialetto Nfc, permette di visualizzare le informazioni mediche della persona che lo indossa.

Customer Experience assicurativa

Nell'ambito assicurativo Amyko è una soluzione innovativa che dà immediato valore all'utente, che può gestire e condividere tutta la documentazione medica - in caso di emergenza e bisogno - istantaneamente e in ogni parte del mondo, e alla Compagnia, che può dematerializzare la documentazione valorizzando i propri servizi e ottimizzando l'incidenza del rischio assicurativo, grazie al contatto diretto e continuativo con l'utente. Il tutto tramite una innovativa piattaforma a supporto di tutto l'ambito e-health.

2° classificato: Spixii - Comunicazione. Semplicità. Trasparenza.

Team: Alberto Chierici, Renaud Million

L'ispirazione per i soci iniziali, Alberto Chierici e Renaud Million, è nata dalla frustrazione sperimentata nel processo d'acquisto di una polizza assicurativa e dall'amicizia e supporto reciproco. Con l'entrata del terzo socio, Alberto Pasqualotto, viene definito insieme un percorso per un futuro dove la protezione finanziaria è più semplice, più personale e accessibile a tutti. Questo percorso inizia con il re-immaginare il modo in cui i consumatori acquistano i prodotti assicurativi ma anche come gli assicuratori possono coinvolgersi con i loro clienti in modo innovativo.

Progetto

Spixii è un nuovo chatbot che offre semplicità, convenienza, personalizzazione, e funzionalità software intelligenti per le compagnie di assicurazione attraverso un sistema automatizzato che assiste i clienti nel loro viaggio di acquisto, di richiesta d'indennizzazione e servizi.

Customer Experience assicurativa

Spixii supporta i consumatori grazie alla sua semplicità, alla trasparenza e all'esperienza personalizzata e assiste la Compagnia nel disegnare e automatizzare nuove customer experiences.

3° classificato: D-Heart - Sicurezza. Semplicità. Utilità.

Team: Nicolò Briante, Niccolò Maurizi

Briante e Maurizi, si incontrano per la prima volta da studenti al Collegio Borromeo di Pavia, una delle tante fucine di talenti italiane. All'età di sedici anni Maurizi ha un infarto, un'esperienza che lo spinge a diventare un ricercatore in cardiologia e a pensare una soluzione come D-Heart per i cardiopatici. Grazie all'unione con le competenze e il talento imprenditoriale di Briante, il progetto sta ora diventando una realtà.

Progetto

D-Heart è un elettrocardiografo portatile delle dimensioni di uno yo-yo che si collega via bluetooth a qualsiasi tipo di smartphone permettendo a chiunque di ottenere un elettrocardiogramma in modo autonomo e di poterlo condividere tramite una semplice email con il proprio medico oppure a pagamento attraverso un centro di telecardiologia a distanza attivo 24/24.

Customer Experience assicurativa

La soluzione vuole diventare un caso di 'win/win' sia per il cliente sia per l'assicurazione. In particolare, il cliente potrà risparmiare sul premio assicurativo e ricevere un controllo elettrocardiografico mensilmente stando seduto comodamente sul proprio divano di casa.

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).

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 90 milioni di clienti, BNP Paribas Cardif si è affermata come specialista a livello globale nell'assicurazione personale.

Quasi 10 000 collaboratori* nel mondo partecipano alla realizzazione di una raccolta premi che, nel 2015, ha raggiunto i 28 miliardi di €, di cui il 59% generato dall'internazionale.

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

Per informazioni**MY PR**

Roberto Grattagliano
Federica Scalvini
02 54123452 - 3389291793
roberto.grattagliano@mypr.it
federica.scalvini@mypr.it

BNP Paribas Cardif Italia

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