



11/05/2018
COMUNICATO STAMPA

“Il futuro inizia prima”, Generali Italia un partner di vita del cliente

Più servizi, prevenzione e tecnologia. Con la nuova linea “Immagina”, Generali cambia il modo di fare assicurazione per essere più vicina al cliente

Generali Italia accelera sulla trasformazione per essere leader con la migliore customer e agent experience

- *Immagina è la nuova linea di soluzioni assicurative che parte dallo stile di vita del cliente offrendo strumenti utili per prevenire gli imprevisti. Offre più servizi, più consulenza, più tecnologia, più semplicità. Le nuove soluzioni rispondono alle priorità del cliente: futuro, benessere, mobilità e famiglia*
- *Investimento di €300 milioni in tre anni (fine 2016-2018) per semplificazione, servizi innovativi e insurtech*
- *Oggi il 70% dell'offerta di business è già in digitale; tutte le 1500 agenzie sul territorio nazionale dotate di nuovi processi di pre-vendita e vendita in digitale e in mobilità*
- *2 milioni i clienti connessi entro il 2019*
- *On Air dal 27 maggio la nuova Campagna ADV “Il futuro inizia prima”*
- *Al via “Ora di Futuro”, un progetto innovativo di educazione per bambini e famiglie che coinvolge insegnanti, scuole primarie e reti no profit in tutta Italia. Ora di Futuro si unisce all'iniziativa internazionale “The Human Safety Net” del Gruppo*

Renato Agalliu
Responsabile Ufficio
Stampa
M.+39 342 1889490
renato.agalliu@generali.com

Carla Di Leva
Ufficio Stampa
M.+ 39 39 345 6068447
carla.dileva@generali.com



www.generali.it

Marco Sesana, Country Manager e Amministratore Delegato di Generali Italia ha dichiarato: “Vogliamo avere un ruolo attivo per migliorare la vita delle persone. Negli ultimi due anni, attraverso Semplificazione e Innovazione, abbiamo accelerato la nostra trasformazione per essere partner del cliente e offrirgli la miglior customer experience. Oltre a protezione e sicurezza, intendiamo offrire ai nostri clienti più servizi di prevenzione e assistenza e, insieme ai nostri agenti, una nuova modalità di interazione basata su immediatezza e semplicità. Vogliamo cambiare così il modo di fare assicurazione”.



Generali Italia diventa **partner di vita** del cliente nella sua quotidianità e cambia il modo di fare assicurazione offrendo più **servizi, prevenzione e tecnologia**.

Ciò che maggiormente gli italiani chiedono oggi alle compagnie assicurative è: semplicità e interazione immediata (il 50% richiede accesso immediato in caso di bisogno); prevenzione (l'80% ricerca maggiore prevenzione attraverso servizi e consulenze per evitare il più possibile danni, incidenti e malattie); e relazione continuativa (il 60% vuole comunicare/dare feedback costanti alla compagnia sulla propria esperienza)*.

Per rispondere alle esigenze di un cliente in continua evoluzione, a fine 2016, Generali Italia ha avviato la sua strategia triennale per essere leader con la migliore customer e agent experience attraverso innovazione e semplificazione. La Compagnia ha previsto un investimento di **300 milioni** (fine 2016-2018) per il **programma di semplificazione** - che prevede il ridisegno dei processi core di prevendita, vendita, assistenza e post vendita - **per lo sviluppo di insurtech** (IOT, intelligenza artificiale, chatbot, robotica, *Advanced Analytics e startup*) e **di nuove unità per servizi** (*Generali Welion, Connected Insurance, Customer Experience Design*).

A quasi due anni dall'avvio, è stato già completato il **75% del Programma di Semplificazione** ridisegnando completamente i principali processi industriali. Oggi il 70% dell'offerta di Generali Italia è digitale e tutte le 1500 agenzie sul territorio nazionale hanno a disposizione i nuovi processi di pre-vendita e vendita in digitale e in mobilità che permettono maggiore trasparenza, semplicità e chiarezza per i clienti: 1 sola firma per il contratto Vita, -25% pagine nella documentazione contrattuale e grazie alla video perizia -30% del tempo di chiusura di un sinistro auto. Sul fronte della connected insurance, entro il 2019 saranno **oltre 2 milioni i clienti connessi**.

Immagina con Generali, le nuove soluzioni per le priorità del cliente: futuro, benessere, mobilità e famiglia. Offre più servizi, più consulenza, più tecnologia, più semplicità

Immagina con Generali è la nuova linea di Generali Italia che cambia il modo di fare assicurazione per essere più vicina al cliente attraverso semplicità di interazione, servizi di prevenzione e assistenza, tecnologia applicata alla quotidianità e consulenza attraverso gli agenti. Le nuove soluzioni per rispondere alle priorità del cliente si sviluppano su Futuro, Benessere, Mobilità e Famiglia. Le prime due offerte sono:

- **Immagina Benessere** per rispondere all'esigenza del cliente di mantenere uno stato di forma attivo, per la massima autonomia possibile (eventualità di invalidità) e per programmare il futuro e dare continuità ai suoi affetti e ai suoi affari (eventualità di decesso). Offre servizi che vanno dal virtual check up, al job coaching, all'invio di baby sitter e collaboratrice domestica a domicilio e accompagnamento del figlio minore a scuola nel caso di infortunio del genitore.
- **Immagina Futuro**, il nuovo piano di risparmio e protezione che affianca il cliente e costruisce insieme a lui i suoi progetti per il futuro a medio e lungo termine attraverso servizi di prevenzione e assistenza: dai servizi "**Traguardo, Proteggo e Sostengo**" per portare a termine il piano di risparmio in caso di evento inatteso che comprometta la capacità lavorativa, e a tutela dei propri cari, fino al trasporto sanitario per offrire la logistica più adatta ad assistere la persona se le cure più appropriate non sono disponibili vicino alla propria residenza.

"Ora di Futuro", educare i bambini di oggi significa garantire un futuro migliore agli adulti di domani. Il Ruolo sociale di Generali Italia insieme a The Human Safety Net

L'attenzione alla vita delle persone è centrale anche nell'azione sociale di Generali Italia. Al via "**Ora di Futuro**", il progetto di educazione per bambini e famiglie che coinvolge gli insegnanti, le scuole primarie e le reti no profit in tutta Italia, nell'ambito dell'iniziativa

(*) Fonte: Accenture GCPR 2017, risultati Italia Insurance, Accenture 2017 Global Insurance Distribution & Marketing Consumer Study, Accenture FS Global, 2017 - Results for Italy



internazionale di Generali **“The Human Safety Net”**. Con **“Ora di Futuro”** la compagnia promuove lo sviluppo di competenze per la gestione responsabile delle risorse, la prevenzione e la valutazione dei rischi per fare scelte consapevoli. L’obiettivo è acquisire maggiore consapevolezza su grandi temi come rispetto dell’ambiente, salute e benessere, risparmio. La scuola rappresenta il fulcro del progetto che vede al centro i più piccoli, dai sette agli undici anni. Gli insegnanti coinvolgono i bambini in classe con il gioco. Le attività continuano anche a casa insieme ai genitori. Inoltre, con un unico obiettivo, il progetto, si rivolge anche alle famiglie svantaggiate, con bambini da zero a sei anni, per sostenere la genitorialità e favorire le pari opportunità di vita per i loro figli, attraverso una rete di associazioni no profit, segnalate dai dipendenti della Country Italia. Il risultato: un circolo virtuoso che unisce scuole, famiglie e ONG per il futuro dei più piccoli.

Il Futuro Inizia Prima, la nuova campagna pubblicitaria

Vivere appieno la vita e godersi ogni attimo vuol dire anche progettare in anticipo e utilizzare il proprio tempo consapevolmente, scegliendo il giusto partner assicurativo, agenti e consulenti pronti per dare concretezza a ciò che ciascuno immagina per il proprio futuro. Da questi elementi nasce la nuova campagna pubblicitaria di Generali Italia **“Il futuro inizia prima”**. La nuova campagna ADV è stata realizzata con il partner creativo Young&Rubicam e la regia di Marco Gentile. La campagna, pianificata dal centro media iProspect del Gruppo Dentsu Aegis Network, sarà on air su reti televisive, sul digitale e stampa dal 27 maggio.

Generali Italia, compagnia assicurativa del Gruppo Generali, è leader di mercato con la rete distributiva più capillare e diversificata presente sul territorio. La compagnia si prende cura da sempre delle persone, delle famiglie e delle imprese italiane di cui è un punto di riferimento. Ai 10 milioni di clienti, offre soluzioni assicurative vita, danni e previdenza, personalizzate in base ai loro bisogni. Con una raccolta premi complessiva nel 2017 di 22,8 miliardi di euro Generali Italia è l’Assicurazione con la più completa offerta in Italia. A Generali Italia fanno capo Alleanza Assicurazioni, Das, Genagricola, Genertel e Genertellife, Generali Welion.