

Allianz ULTRA vince agli MF Innovazione Awards

Milano, 20 novembre 2020 – Allianz si conferma tra le realtà assicurative più innovative sul mercato italiano e vince con Allianz ULTRA il primo premio “MF Innovazione Awards 2020” per la categoria Protezione dell’abitazione. Il riconoscimento è stato conferito in occasione della premiazione organizzata da MF/Milano Finanza e Accenture nell’ambito della 2° edizione dell’evento “Milano Festival delle Assicurazioni” del Gruppo Class, che si è svolto in modalità virtuale dal 17 al 19 novembre.



Roberto Felici, Head of Market Management di Allianz S.p.A, ha commentato: *“La nostra è una rivoluzione nel senso della semplicità, che poi è un valore veramente fondamentale per far breccia nel cuore delle persone quando si parla di assicurazioni. Con il lancio di Allianz ULTRA, abbandoniamo tutti gli oltre 770 prodotti con cui operavamo fino ad oggi in Italia, per relazionarci al cliente con uno solo. Innovativo. Semplice. Efficace. Costruito per sorprendere favorevolmente il cliente, e fare in modo che possa capire veramente quali sono i rischi principali della sua vita privata, e scegliere consapevolmente quali assicurare, e in che modo. Con la rassicurazione assoluta che nell’eventuale momento della verità, non ci saranno brutte sorprese.”*

Allianz ULTRA è un modello assicurativo totalmente innovativo, che consente ai clienti di costruire un programma di protezione personalizzato per affrontare con serenità e senza brutte sorprese tutti gli imprevisti seri che possono capitare nella vita privata. A testimonianza del particolare spessore inventivo dell’impostazione di prodotto, la Compagnia ha depositato domanda di brevetto all’Ufficio Italiano Brevetti e Marchi del Ministero dello Sviluppo Economico, sulla scia di quanto già fatto in occasione dell’offerta modulare Allianz1, ad oggi unico prodotto assicurativo brevettato in Italia (n° IT0001419924), che ha ottenuto la fiducia di 600mila famiglie italiane.

L’idea fondamentale di Allianz ULTRA è di offrire al cliente una soluzione semplice, sempre efficace, e su misura, mediante una sola piattaforma di prodotto, articolata in ambiti di rischio che spaziano dalla tutela del patrimonio (fabbricato, contenuto, responsabilità civile, catastrofi naturali, tutela legale e animali domestici) alla protezione della persona (Infortuni, Malattia, Spese Mediche, Diaria), fino alla possibilità di assicurarsi nel caso di tumore, premorienza e perdita di autosufficienza, con soluzioni altamente integrate e coerenti. Non più il dedalo di tanti prodotti diversi e mai ben collegati tra di loro, con tutta la relativa complessità di contratti, condizioni assicurative, pagamenti, bensì un’unica esperienza – semplice e lineare – progettata per rivoluzionare il rapporto col cliente.

Comunicato stampa

Grazie alla qualificata consulenza professionale degli [Agenti Allianz](#), il cliente comprende i rischi più importanti della sua vita privata, e decide poi come e quanto proteggersi, con una soluzione dinamica che può essere aggiornata nel tempo, aggiungendo o togliendo ambiti di rischio, cambiando le soluzioni scelte o i massimali, variando le persone e i beni assicurati, senza dover rivedere l'intero contratto. Per garantire sempre chiarezza, semplicità e per non riservare brutte sorprese al momento della verità, ogni componente dell'offerta assicurativa è stata costruita mettendo assieme l'ascolto del cliente, l'analisi dei sinistri, intelligenza artificiale e machine learning, e l'esperienza di Allianz nella gestione dei rischi. E per la prima volta nel mercato assicurativo, il contratto si auto-aggiorna senza costi e il cliente può beneficiare di tutti i miglioramenti che Allianz apporterà nel tempo. Infatti, in caso di sinistro, il cliente ha la possibilità di scegliere se essere indennizzato in base alle condizioni originariamente sottoscritte, oppure a quelle successivamente aggiornate, in modo da avere sempre la migliore protezione.

Con [Allianz ULTRA](#) è stata rivista la documentazione contrattuale per rendere più chiaro e trasparente il contenuto di prodotto, con un linguaggio vicino a quello d'uso comune, utilizzando grafiche moderne e schematizzando le informazioni con l'uso di illustrazioni per orientare la lettura. E anche nella comunicazione è stato creato un nuovo paradigma: il punto di partenza non è il prodotto, l'obiettivo è invece quello di sensibilizzare i clienti al rischio. Per fare ciò sono stati realizzati degli info-book che spiegano in modo accurato ma semplice i principali ambiti di rischio legati alla casa, alla famiglia e agli animali domestici. Proprio il fine divulgativo di questi strumenti ha consentito di coinvolgere nel progetto il Centro Baffi Carefin dell'Università Bocconi di Milano, che ha contribuito a validare "scientificamente" e a realizzare parte dei contenuti.

L'offerta di [Allianz ULTRA](#) è anche digitale: il cliente può scegliere di ricevere i documenti via e-mail, utilizzare la firma grafometrica, e ha a disposizione anche la app [AllianzNOW](#) per affrontare gli imprevisti e le emergenze.

Allianz Italia è uno dei principali assicuratori italiani e fa parte del gruppo Allianz SE, leader mondiale assicurativo-finanziario, con oltre 147 mila dipendenti al servizio di più di 100 milioni di clienti in 70 diversi paesi. In Italia, secondo mercato assicurativo per il Gruppo dopo la Germania, Allianz Italia opera con 5.000 dipendenti al servizio di più di 7 milioni di clienti, attraverso una rete distributiva multicanale composta da oltre 25mila tra Agenti, collaboratori sul territorio e Financial Advisor, importanti accordi di bancassurance, e la compagnia diretta leader di mercato.

Contatti:

Media & external Relations Allianz S.p.A.
Tel. +39 02 7216 2224 Email: press.office@allianz.it