



Primer aniversari de la plataforma digital impulsada per CaixaBank

imagin creix un 20% en nous usuaris i consolida el seu lideratge entre els neobancs

- ***En el seu primer any després de convertir-se en una comunitat digital “lifestyle”, imagin ha aconseguit més de 500.000 noves altes.***
- ***Segons dades de Smartme Analytics, imagin és l’“app” líder en serveis financers digitals dels principals neobancs i “fintechs”.***
- ***A través d’imaginPlanet, la comunitat ha reforçat el seu compromís amb la sostenibilitat: els “imaginers” han aconseguit compensar 50 tones de CO2, recollir 200 quilograms de plàstics i sumar a 40.000 persones a la causa de salvar menjar.***

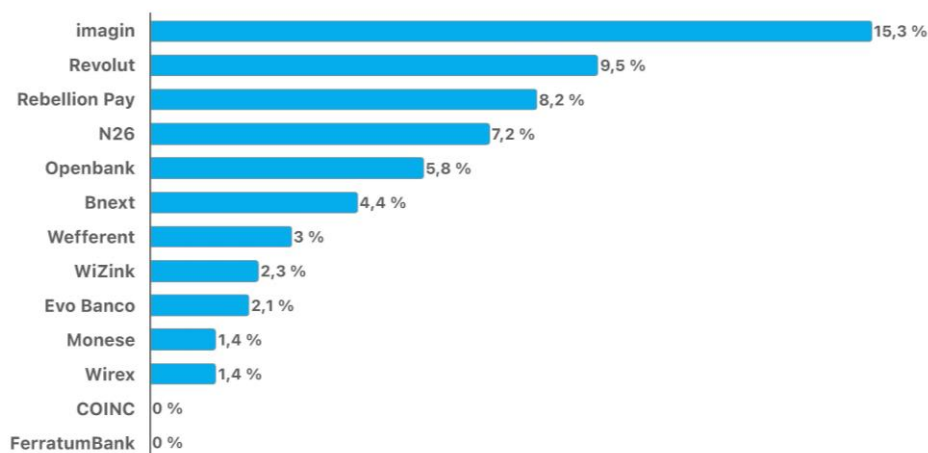
26 d’agost del 2021

imagin, la plataforma de serveis digitals i estil de vida impulsada per CaixaBank, ha complert el seu primer aniversari des del seu llançament com a nou concepte de comunitat digital amb més de 500.000 nous usuaris i un balanç total de 3,1 milions d’*imaginers*, cosa que significa un ritme de creixement en noves altes del 20% en un sol any. En el rang d’usuaris més grans de 18 anys, concretament, el creixement durant aquest primer any ha estat superior al 30%.

Aquestes dades reforcen el lideratge d’imagin com *player* digital de serveis financers. En el seu primer any després de la presentació de la nova *app* al mercat, la plataforma es situa com a líder entre els principals neobancs i *fintechs*, amb una quota d’usuaris actius del 15,2% i una puntuació de 83 sobre 100 de rendiment *mobile* en el sector neobanca, tal com desprèn l’últim estudi d’Smartme Analytics. El Mobile Performance Index d’Smartme Analytics monitora l’ús de les aplicacions financeres i valora el seu rendiment sobre la base de variables com el nombre d’usuaris actius, el temps d’ús diari, la interacció i la freqüència d’ús exclusiu.



Ranking usuaris actius d'aplicacions mòbils de nova banca digital i fintech



Font: Rànquing d'Smartme Analytics d'usuaris actius d'aplicacions mòbils de nova banca digital i fintech (Q2 2021).

A més de créixer en nous usuaris, imagin ha aconseguit també augmentar la fidelització dels qui ja eren *imagin*ers. En l'últim any, més del 60% dels usuaris d'imagin accedeixen a l'*app* més de 3 vegades per setmana. Com a dada significativa del volum d'activitat, al juliol del 2021 es van arribar a registrar 23 milions d'accessos a l'aplicació només en un mes, la qual cosa suposa un rècord històric d'ús de l'*app*. A nivell operatiu, l'ús de Bizum a través d'imagin s'ha multiplicat per dos en l'últim any, amb una mitjana de 4,2 milions d'operacions mensuals, i el pagament mòbil s'ha disparat un 400% per sobre del 2020.

D'acord amb les dades d'imagin, el perfil de client més habitual és el d'un jove amb una edat mitjana de 26 anys, resident a una gran ciutat i que es mou en un entorn digital. A nivell autonòmic, el 32% de les connexions a l'*app* d'imagin es realitzen des de la Comunitat de Madrid i el 29% des de Catalunya.

El creixement d'imagin respon a l'estratègia d'impulsar la fidelització dels seus usuaris a través de la creació de serveis digitals, financers i no financers, que, a diferència de la banca



tradicional, no necessàriament impliquen l'alta com a client bancari. En l'últim any, la plataforma ha posat en marxa multitud de serveis i continguts digitals que han despertat un gran interès en la comunitat d'*imagin*ers, entorn de les seves cinc grans àrees temàtiques: sostenibilitat (*imaginPlanet*), música (*imaginMusic*), videojocs (*imaginGames*), tendències (*imaginCafé*) i tecnologia (*imaginShop*).

Sòlida aposta per la sostenibilitat

Entre la comunitat d'*imagin*ers, la sostenibilitat és un dels àmbits que desperta més interès, interacció i implicació dels usuaris. A través d'*imaginPlanet*, *imagin* ha desenvolupat durant aquest any tota una línia de productes, serveis, acords i iniciatives basades en la sostenibilitat que generen un impacte positiu en el planeta i en el conjunt de la societat. Gràcies a aquestes accions, *imaginPlanet* ha aconseguit impulsar plantacions d'arbres per compensar més de 60 tones de CO₂, recollir 200 quilograms de plàstics i més de 40.000 *imagin*ers s'han sumat a salvar menjar amb la col·laboració amb "Too Good To Go".

Entre les iniciatives d'enguany en aquest àmbit, destaca especialment l'èxit de l'*imaginPlanet* Challenge, el programa d'emprenedoria per a idees contra el canvi climàtic en el qual es van implicar més de 700 participants i del qual han sorgit dos projectes, *eCoDeliver* i *Kidalos*, que tenen l'objectiu de fer més sostenible el sector del transport de paqueteria i el consum de joguines, respectivament.

Aquesta aposta per la sostenibilitat, que forma part de l'estratègia d'*imagin* i es trasllada a tot el seu model de negoci, ha fet que la plataforma obtingués al novembre de l'any passat la certificació B Corp, que garanteix el compliment dels més alts estàndards d'acompliment social i ambiental, transparència pública i responsabilitat empresarial de la companyia per equilibrar el benefici econòmic amb el propòsit social.

Un any d'iniciatives d'èxit

A més del suport a causes mediambientals, entre els projectes més rellevants d'enguany i amb més impacte a la comunitat d'*imagin*, destaca el recent llançament d'*imaginChangers*, el programa que permet als usuaris d'*imagin* participar en accions de voluntariat digital a través dels seus dispositius mòbils i fer costat a projectes solidaris amb donacions econòmiques.



A través d'imaginGames i de la mà de LVP (Grup Mediapro), el juny passat es va llançar el circuit amateur d'eSports "imagin Arena Masters", mentre que sota l'àrea de continguts imaginMusic, enguany s'han celebrat diversos concerts en *streaming* que han seguit milers d'*imaginers* a través dels canals digitals.

A més de la pròpia oferta de continguts, gràcies al seu model de negoci d'innovació oberta (*open platform*), imagin continua apostant per incorporar productes i tecnologies de tercers a través de col·laboracions i *partnerships* amb altres *fintech* o *start-ups*. En l'últim any imagin ha tancat acords per oferir a les seves usuaris experiències i avantatges especials integrades a la pròpia *app* amb *partners* com Booking, Nike, Airbnb, Hoteles.com, TUI i Zalando, entre altres. A més, imagin ha integrat a la seva plataforma les tecnologies d'*start-ups* com Earthly, per ajudar els usuaris a compensar les seves emissions de CO2; Aplanet, com a plataforma gamificadora de les accions de voluntariat digital i donacions econòmiques; i Bankify, el component social "Like&Share" que fomenta la interacció dels *imaginers* amb els continguts disponibles a l'*app* així com la interacció entre els diferents usuaris de la comunitat.

Serveis financers digitals

A nivell financer, l'aplicació imagin desenvolupa una oferta de productes digitals per cobrir les necessitats d'estalvi i de finançament dels usuaris. En tots els casos, imagin té les característiques clau per al públic natiu digital: operativa *mobile only* (els serveis es presten exclusivament a través de l'*app*, sense oficines i sense web, que compleix només funcions informatives), sense comissions per a l'usuari i amb un llenguatge propi, senzill i clar, especialment adequat per a una comunicació directa amb un públic jove.

L'oferta d'imagin inclou dues aplicacions més segons l'edat dels usuaris: imaginKids (dirigida a nens de 0 a 11 anys i molt enfocada cap a l'educació financera a través de jocs) i imaginTeens (dissenyada per a adolescents de 12 a 17 anys, amb continguts i serveis pensats per a joves que comencen a necessitar solucions per a les seves primeres compres i per iniciar-se en la gestió de les seves finances personals).