

REVO SCOMMETTE SULLE POLIZZE PARAMETRICHE

di BENIAMINO MUSTO

È UN MERCATO PRATICAMENTE ANCORA TUTTO DA ESPORARE IN ITALIA, E CHE HA I SUOI PUNTI DI FORZA NELLA SEMPLICITÀ DI PROPOSIZIONE E VELOCITÀ DI INDENNIZZO. ATTRAVERSO QUESTI PRODOTTI REVO VUOLE ANDARE A COPRIRE QUELLE NICCHIE ASSICURATIVE NON ANCORA PRESIDIAE DAI GRANDI GRUPPI ASSICURATIVI. JACOPO TANAGLIA, PROMOTER, CFO E CHIEF PARAMETRIC INSURANCE SOLUTIONS OFFICER, SPIEGA I PUNTI CHIAVE DI QUESTA STRATEGIA



© everythingpossible - iStock

Un capitolo importante nel delineare l'assicurazione del futuro sarà probabilmente scritto dalle polizze parametriche. Un mercato che in Italia è ancora tutto da esplorare, e su cui ha deciso di scommettere **Revo**, che attorno a questa tipologia di prodotti ha costruito un tassello importante della propria strategia. A illustrarla a *Insurance Review* è **Jacopo Tanaglia**, promoter, cfo e chief parametric insurance solutions officer di Revo. “Siamo convinti – spiega – che questo sia il momento giusto per entrare nel segmento parametrico, perché il mondo è ricco di dati e informazioni. La tecnologia sta abilitando la nascita di nuovi prodotti e il collegamento tra diverse piattaforme. Stanno inoltre nascendo modelli distributivi innovativi, anche in ambito digitale.

Questa tipologia di prodotto si inserisce nella filosofia di Revo e nel suo modo di interpretare l'assicurazione, in cui tecnologia e dati hanno un ruolo centrale per sviluppare il business”.

UNA NICCHIA NON PRESIDATA

La compagnia ha già iniziato a proporre le prime coperture parametriche in ambito meteo, business interruption e nel settore agricolo, e prevede di ampliare ulteriormente l'offerta estendendola ai rischi catastrofici, cyber security e mobilità.

Il segmento delle parametriche è stato scelto perché, afferma Tanaglia, “il progetto che intendiamo sviluppare è quello di andare a coprire le nicchie assicurative

non totalmente presidiate dai grandi gruppi. Crediamo che i prodotti parametrici si sposino perfettamente con l'approccio di fondo di Revo, basato sulla velocità e sulla semplicità di fruizione per il cliente, riducendo in modo significativo i termini di polizza e le condizioni contrattuali. Questo si traduce nella possibilità di commercializzare prodotti che siano facilmente comprensibili per i clienti, e che consentano loro di avere ciò di cui hanno effettivamente bisogno". Tanaglia fa un paragone con ciò che accade con le polizze tradizionali rivolte al settore agricolo: a fronte di un danno, ad esempio in seguito a una gelata, la liquidazione può avvenire anche a mesi di distanza rispetto all'evento, a causa dei lunghi processi legati all'accertamento del sinistro. Un iter che "non è efficiente per l'attività di un'impresa agricola, che invece avrebbe bisogno di liquidità immediata per poter ripartire", osserva.

CHE COS'È UN ORACOLO

La condizione necessaria per poter strutturare un prodotto parametrico è il cosiddetto oracolo, "uno strumento che supporta gli attuari nel processo di pricing attraverso l'analisi dei dati storici, e che è in grado di dire in tempo reale se l'evento *trigger* per stabilire l'insorgenza di un sinistro sia stato superato o meno". E proprio quello di fissare attentamente la correlazione danno-evento è, secondo Tanaglia, l'elemento più importante e delicato da valutare quando si studia un prodotto parametrico.

Il manager di Revo individua quattro principali tipologie di oracolo: fonti informative terze (ad esempio una banca dati), sistemi IoT (come quelli utilizzati in ambito agro o nella logistica), software, ed enti terzi: questi ultimi sono certificatori deputati ad andare a strutturare delle relazioni scientifiche alla base del prodotto, laddove ci sia la necessità che più elementi e dati debbano concatenarsi tra loro affinché si abbia un trigger.

IL RUOLO DELLA BLOCKCHAIN

In tutto questo è fondamentale il ruolo della blockchain, l'elemento in grado di dare credibilità e sicurezza a tutto il processo. "La blockchain – dice Tanaglia – è l'orchestratore di dati della relazione tra compagnia, oracolo e cliente, in grado di certificare che le informazioni che vengono prese in considerazione siano effettivamente quelle che provengono dall'oracolo, ed è in grado di abilitare anche *payment in kind*, cioè il pagamento dell'indennizzo sotto forma di servizio". Ricordando anche come la blockchain cominci a essere sempre più presente all'interno delle Pmi per il monitoraggio dei diversi processi, e come questo abilita la creazione di un ecosistema di servizi, Tanaglia

aggiunge: "ecco che allora può essere attivato un link diretto e privilegiato con la compagnia assicurativa per andare a strutturare prodotti che siano in grado di indennizzare il cliente sotto forma di servizio compensativo qualora questo registro condiviso dovesse andare a certificare, ad esempio, ritardi nella fornitura di un determinato prodotto o alterazioni nel mantenimento di prodotti deperibili".

FLESSIBILITÀ DISTRIBUTIVA

Per quanto riguarda la distribuzione, Tanaglia sottolinea la flessibilità del modello distributivo di Revo, che, osserva, si differenzia dalle altre compagnie per non avere legacy. "Siamo aperti a collaborare con tutti: vogliamo proseguire l'ottima sinergia già esistente con i nostri agenti perché sono l'interlocutore privilegiato della piccola e media impresa e quella che chiamo *micro-impresa*, vantano una significativa capillarità sul territorio e sono una rete proficua; così come vogliamo collaborare con i broker, fondamentali nella nostra strategia distributiva perché sono coloro che oltre ad avere un rapporto diretto con le Pmi, nostro mercato di riferimento, possono supportare lo sviluppo delle nuove linee di business anche con una logica di cross selling". Ma un altro canale a cui si guarda è quello dei portali web e piattaforme distributive, identificando soggetti che vendono prodotti non strettamente assicurativi, con cui stringere partnership per commercializzare le polizze targate Revo come servizio aggiuntivo. Un esempio in questo senso è il prodotto parametrico venduto tramite il sito di prenotazione **Spiaage.it** per rimborsare i vacanzieri in caso di maltempo. "Questa strategia distributiva – osserva Tanaglia – è più complessa, ma abbiamo una macchina nativa digitale proprietaria che è in grado di portarla avanti con successo".

Imminente è il lancio di un prodotto dedicato alla ristorazione, e in particolare a chi basa molto del proprio lavoro su dehor e tavolini all'aperto, per andare a indennizzare in caso di pioggia. Tra le altre coperture già realizzate, invece, è possibile citare i prodotti rivolti al settore agricolo (contro la siccità, a protezione dei pascoli, e contro la cimice asiatica, che rischia di danneggiare i frutteti) e quella studiata per il settore dell'acquacoltura (contro le temperature elevate del mare).

"L'obiettivo – conclude Tanaglia – è quello di creare sinergie tra le diverse garanzie e tra i diversi oracoli: attraverso una stessa fonte di oracolo, infatti, è possibile velocizzare il *time to market* ed effettuare sinergie di costo".

