

# POLIZZE PARAMETRICHE, UN MERCATO DA COLTIVARE

*PER SFRUTTARE A PIENO LE POTENZIALITÀ DEL BUSINESS PARAMETRICO È IMPORTANTE, SECONDO ROBERTA SPADONI DI REVO INSURANCE, RIUSCIRE A TRASMETTERE IL VALORE DI UNA SIMILE OFFERTA E PROSEGUIRE NEL RINNOVAMENTO DEL CATALOGO PRODOTTI PER SODDISFARE LE ESIGENZE E LE ASPETTATIVE DELLA CLIENTELA*

*di Giacomo Corvi*



**I**l mercato delle polizze parametriche in Italia è in piena fase di sviluppo e le dimensioni del business stanno superando l'iniziale incertezza dettata dalla poca conoscenza del prodotto. Il settore del parametrico ha tutte le carte in regola per ritagliarsi quote rilevanti rispetto al giro d'affari complessivo della più ampia industria assicurativa, purché si creino le condizioni per soddisfare pienamente la domanda. Tutto sta adesso nel riuscire a intercettare questa nuova area del bisogno con un'offerta che possa essere sempre più in linea con le esigenze e le aspettative della clientela. Non sarà una cosa semplice, neppure immediata: ci vorranno tempo e pazienza, magari anche uno sforzo in più trasmettere a intermediari e clienti il valore di una simile offerta. Proprio quello che si propone di fare **Revo Insurance**.

“Penso che si tratti di un tema soprattutto culturale”, esordi-

sce **Roberta Spadoni**, head of parametric insurance solutions della compagnia, in questa intervista a *Insurance Review*. “La semplicità del contratto o la rapidità di liquidazione – prosegue – sono elementi che possono e devono essere valorizzati nella proposizione di una simile offerta”. In fondo, è difficile che qualcuno possa sentire bisogno di un prodotto o servizio che non conosce ancora.

## UN'OFFERTA IN AUMENTO

Poi, chiaramente, serve anche un'offerta abbastanza ampia per venire incontro ai bisogni della clientela. Revo, per esempio, ha recentemente esteso la partnership distributiva con **Spiagge.it** per la proposizione di polizze parametriche contro il maltempo anche a chi accede al portale per prenotare

un ombrellone in piscina o al lago, e non più soltanto negli stabilimenti balneari. Nell'ambito delle catastrofi naturali, sulla scia dell'obbligo di assicurazione per le imprese, è stata invece predisposta una garanzia parametrica che può essere integrata nella polizza tradizionale offerta alle aziende.

Lo scorso anno, proprio nel pieno dell'aumento del prezzo dell'energia, aveva destato molta curiosità il lancio di *Protezione Consumi*, una polizza parametrica pensata per tutelare il cliente dagli aumenti della bolletta che potessero essere dettati da variazioni anomale delle temperature e, di conseguenza, da un uso eccessivo di termosifoni e condizionatori: nei primi tre mesi del 2025, Revo ha confermato di aver emesso oltre 12mila soluzioni di questo genere. “Stiamo lavorando molto sull'offerta per poter trasmettere il valore di simili prodotti e raggiungere una massa critica di clientela”, commenta Spadoni. “Il nostro obiettivo – aggiunge – è rendere la polizza parametrica un prodotto così diffuso da essere richiesto da cittadini e imprese”.

## ALTRE SOLUZIONI IN ARRIVO

Ecco perché è così importante per Revo garantire un continuo rinnovamento dell'offerta. La società, per citare un esempio, ha lanciato un nuovo prodotto parametrico sui pannelli fotovoltaici che garantisce un indennizzo immediato in caso di cali di irraggiamento solare. “È una soluzione su cui puntiamo molto e che si presta molto bene anche a una possibile espansione in mercati esteri: al momento – dice Spadoni – stiamo studiando le possibilità di un adattamento del prodotto in Spagna e Francia”.

Il catalogo, come noto, conta poi soluzioni in settori come agricoltura, turismo e viaggi, segmento quest'ultimo considerato tra quelli che meglio favorisce l'ampliamento dell'offerta con diverse opzioni, quali il ritardo, la cancellazione del volo o lo smarrimento del bagaglio. È proprio in questo ambito che Revo si è mossa: “stiamo lavorando a una polizza tradizionale con una garanzia parametrica sullo smarrimento del bagaglio: il lancio della soluzione è previsto al momento per il primo semestre del prossimo anno”, annuncia Spadoni.

## IN PARTNERSHIP CON LE IMPRESE

Bastano pochi esempi per illustrare il modello di business che Revo Insurance sta seguendo per la promozione e la distribuzione di polizze parametriche. “Il nostro approccio non prevede la vendita diretta al cliente finale”, osserva Spadoni. “Per questo motivo – aggiunge – ci siamo settati su due diret-

trici: da una parte stiamo integrando, in alcuni settori, l'offerta in ambito specialties con garanzie parametriche accessorie; dall'altra abbiamo sviluppato un modello B2B2C che si basa su partnership con intermediari e imprese B2C, nonché sull'ampliamento del loro catalogo di offerta anche al settore delle polizze parametriche”. Ne è un esempio, rivela Spadoni, la nuova polizza legata al *Travel* che verrà lanciata a breve: “una nuova soluzione parametrica sviluppata con **Gruppo Today** per **Aeroporti di Roma Mobility** per garantire al cliente un rimborso immediato in caso di ritardo o cancellazione di volo per gestire le spese che simili imprevisti possono generare”. Un altro esempio è rappresentato dalla soluzione *Revo Vacanza Serena*, polizza parametrica distribuita da strutture ricettive e agenzie di viaggio digitali che offre un indennizzo ai turisti che non possono godere pienamente del proprio periodo di vacanza a causa del maltempo.

La logica dietro a un simile modello è chiarissima: mettere a disposizione delle aziende partner un elemento di offerta aggiuntivo che possa valorizzare il servizio reso al cliente e imporsi così come un fattore distintivo sul mercato. “Abbiamo la fortuna di lavorare con sistemi Api che ci consentono di integrarci agevolmente con i sistemi delle imprese che decidono di diventare nostre partner”, dice Spadoni. Tutto ciò permette inoltre di poter integrare in maniera semplice nuovi miglioramenti per innalzare la qualità del servizio offerto al cliente. “Abbiamo di recente introdotto una funzionalità di *instant payment* che ha ridotto i tempi di liquidazione dell'indennizzo da tre giorni a poche ore”, illustra la manager.

## OBIETTIVI DI CRESCITA

Nella visione di Spadoni, un simile modello crea vantaggi per tutti: per il cliente che riceve un indennizzo immediato e automatico in caso di imprevisto, per l'impresa che amplia il suo catalogo di offerta e, chiaramente, anche per la compagnia che ha l'occasione di incrementare i propri livelli di raccolta. Ecco perché Revo Insurance sta puntando su questo ambito di business. I risultati sembrano dare ragione alla società. “La polizza sui consumi energetici viaggia a un ritmo di 3-4mila polizze al mese, quella su piscine, laghi e stabilimenti balneari in estate raggiunge un tasso di vendita di 500-600 pezzi al giorno”, illustra Spadoni.

La società punta adesso a crescere ulteriormente in questo ambito. “Nel brevissimo termine miriamo a un target di 100mila polizze all'anno, mentre nell'orizzonte del piano industriale – conclude la manager – l'obiettivo è fissato a una raccolta premi di 8-10 milioni di euro entro il 2028”.