



LOVYS

À conquista do mercado de seguros em França e no resto da Europa

Criada em 2017 pelo empreendedor João Cardoso, a Lovys tem conquistado os consumidores franceses na área dos seguros. A empresa, que tem escritórios em Paris, Lisboa, Leiria e Porto, conta com quase 20 mil clientes em França, valor esse que deverá duplicar nos próximos meses. Seguro Habitação, Carro, Smartphone e Animais de Companhia foram as primeiras apostas. A diferença? Ter tudo centralizado numa subscrição mensal, com uma experiência 100 por cento digital.

Contratos com uma fidelização mínima de um ano, uma experiência de compra longa e um reduzido nível de digitalização no tratamento de sinistros. Foram estes os problemas que inspiraram João Cardoso a criar a sua terceira *startup*, sempre na área dos seguros, desta feita em França. O português, natural de Leiria, teve um começo de carreira em banca de investimento em Londres, sendo posteriormente, entre 2011 e 2016, que decidiu criar o comparador de seguros TaCerto e a plataforma de distribuição VisionX, ambos no Brasil. O ano de 2017 foi de mudança, para criar a Lovys num dos maiores e mais competitivos mercados europeus. A inexistência de *insurtechs* de grande dimensão, que oferecessem uma experiência digital de qualidade aos utilizadores franceses, combinava na perfeição com o bom ambiente e contexto de inovação que o país atravessava.

A Lovys, nome inspirado na relação de afinidade que desenvolvemos com

os objetos e bens que queremos proteger, nasce para alterar os maiores paradigmas de uma indústria de vários séculos. O primeiro é o de que os seguros *online* são meras fotocópias digitais dos produtos de seguro que eram compradas em lojas de rua. A proposição de valor da Lovys começa precisamente na reformulação dos produtos: em parceria com seguradoras de renome como a Generali, La Parisienne, MAIF e Swiss Re, a empresa cria os seus próprios produtos, tendo para isso uma só inspiração: os clientes. É em reuniões com potenciais clientes que tudo começa, ouvindo não só as suas necessidades reais como também testando várias configurações do produto muito antes do mesmo ser lançado.

O resultado foi um produto final claro e simples: o cliente tem um orçamento em dois minutos, pode adicionar livremente as opções que deseja e finalizar a subscrição *online*. Tudo isto sem equipas comerciais, sem telefonemas

intrusivos, mas com um serviço cliente *inbound* ao dispor.

Outra das grandes diferenças é o facto de os clientes da Lovys poderem usar apenas... a Lovys. Através de uma gama mais alargada de produtos, os clientes veem os seus seguros integrados numa só subscrição mensal, que podem cancelar ou alterar a qualquer momento, podendo gerir todos os seus seguros num só espaço cliente.

Com os "pés" em Portugal, virada para a Europa

A Lovys decidiu desde o início construir vários dos seus departamentos em Portugal: Lisboa, Porto e Leiria acolhem hoje equipas como a Comercial, Serviço cliente, Tecnologia e Marketing Digital. A ideia passa por criar uma base no território luso que sirva não só o mercado francês, como também o ibérico (onde a empresa lançou já pequenas parcerias de teste)

e todos os outros países europeus no futuro. Embora o recente contexto tenha acelerado esta ideia, a centralização da organização em Portugal sempre esteve patente desde a criação da empresa, tendo o terceiro colaborador da empresa trabalhado em Leiria desde o seu primeiro dia. O talento e a diversidade em prol de uma melhor multidisciplinaridade e a flexibilidade em detrimento de uma assiduidade forçada foram princípios que permitiram à empresa contratar as pessoas certas e fazer com que trabalhem juntas, mesmo à distância. A Lovys tem hoje com cerca de 50 colaboradores de 12 nacionalidades diferentes.

Atualmente, a Lovys conta com quase 20 mil clientes, número alcançado em apenas 12 meses, após um período de dois anos quase exclusivamente dedicados a criar os produtos hoje comercializados. Pelo meio, foram muitos os prémios conquistados: uma seleção para o programa de aceleração da Techstars, logo no seu primeiro mês de existência, seguindo-se o prémio de *insurtech* mais inovado-

ra na edição de 2018 do South Summit em Madrid, bem como o melhor *pitch Fintech* na Fintech R:evolution em 2019, em Paris.

Pelo caminho, a empresa levantou um total de 3,7 milhões de euros em rondas de investimento, contando com a Portugal Ventures, MAIF Avenir e Plug&Play Ventures como maiores investidores. Os objetivos da Lovys são do tamanho da ambição da empresa: duplicar o número de clientes até ao início do próximo ano, posicionando-se como uma das maiores *insurtechs* da Europa. O ano de 2021 deixa ainda antever a expansão noutros mercados europeus.

Ainda de referir que, além da subscrição de seguros diretamente no seu *site*, a Lovys propõe ainda um modelo B2B2C a empresas que desejam integrar a venda de seguros no seu próprio *website*, ou ainda fazer a comercialização dos mesmos em canais *offline*. A premissa é a mesma de sempre: maximizar a conveniência e praticidade da compra para o clien-

te final, privilegiando a relação que já existe entre o mesmo e o parceiro de distribuição. Ma Nouvelle Ville, Wizbii e Immosquare são alguns dos maiores parceiros da Lovys, que tem desenvolvido também soluções adaptadas a parceiros de diversos sectores como banca tradicional, banca digital, telecomunicações, automóvel e ainda retalho e comércio eletrónico. Juntos, os parceiros atuais representam cerca de 20 por cento da população francesa, contando o número de utilizadores registados e ativos.

A vantagem da Lovys passa pela tecnologia desenvolvida "em casa". Todas as APIs de distribuição, sistemas de *pricing*, sistemas anti-fraude e até um *backoffice* de *report* de vendas em tempo real foram desenvolvidos pelas equipas internamente. A flexibilidade de integração é total, sendo possível em alguns casos garantir uma implementação com parceiros de distribuição em três semanas. ●

www.lovys.com

