

BROKER

MARSH ITALIA, CONSULENZA E SVILUPPO DEL LATO UMANO

LA DIVISIONE ITALIANA DEL BROKER INTERNAZIONALE È CRESCIUTA IN MODO ORGANICO NELL'ULTIMO DECENNIO, E LO HA FATTO ANCHE NEL FUNESTO 2020 SEGNATO DALLA PANDEMIA. ANDREA BONO, CO-CEO PER L'ITALIA E CAPO DELLA EASTERN MEDITERRANEAN REGION, SPIEGA A INSURANCE REVIEW LA SUA VISIONE SULL'EVOLUZIONE A BREVE TERMINE DEL MERCATO

di BENIAMINO MUSTO



Crescita organica e valorizzazione delle persone. Sono questi i due principali elementi che, anche in un anno funesto come il 2020, hanno permesso a **Marsh Italia** di centrare ottimi risultati, sotto la guida di **Andrea Bono** e di **Marco Araldi**, co-ceo della branch italiana. Dal primo gennaio di quest'anno, Bono ha assunto anche il nuovo importante incarico di ceo della *Eastern Mediterranean Region* del broker internazionale, area che comprende Cipro, Grecia, Israele e Turchia. Bono, approdato in Marsh nel 2010, lavora nell'ambito dell'intermediazione assicurativa e della consulenza sui rischi da più di 25 anni. Parlando con *Insurance Review*, il manager ha tracciato un bilancio dei suoi 10 anni in azienda, parlando del suo nuovo ruolo in ambito internazionale e illustrando la sua visione su un mercato pesantemente segnato dalla pandemia.

L'EVOLUZIONE DEI TARGET

“Marsh Italia – spiega Bono – nell'ultimo decennio si è evoluta enormemente. Fino a dieci anni fa era una società concentrata in modo quasi esclusivo sui grandi clienti, aziende con un fatturato annuale superiore ai 350 milioni di euro. In questo decennio abbiamo iniziato a investire dapprima sul middle market, rappresentato da aziende che fatturano annualmente tra i 50 e i 350 milioni di euro, e più recentemente abbiamo sviluppato il segmento *consumer/affinity*, dove continuiamo a registrare una crescita notevole, sostenuta anche dalla spinta normativa legata all'obbligatorietà delle coperture assicurative per molte categorie professionali”.

Questo ampliamento dei target di clientela ha creato le condizioni per un'evoluzione virtuosa. Tra il 2013 e il 2019, Marsh ha fatto registrare una crescita organica superiore a 20 milioni di euro: un dato ben superiore rispetto agli altri grandi broker internazionali al netto delle acquisizioni, con ricavi netti per l'anno 2019 pari a 124,8 milioni di euro.

UN GRANDE POTENZIALE DA ESPORARE

All'interno del gruppo, Marsh Italia “rappresenta una storia di successo”, ribadisce il manager, ricordando come la società sia cresciuta moltissimo negli ultimi anni, mentre il Paese conquistava a fatica modeste

L'INVESTIMENTO SUL CAPITALE UMANO

“L'unico vero asset di una società di brokering sono le persone”. È un concetto, questo, sottolineato a più riprese da Andrea Bono, co-ceo di Marsh Italia e ceo della *Eastern Mediterranean Region* di Marsh. “Negli ultimi anni – ricorda – abbiamo continuato a investire sulle nuove risorse”: tra il 2017 e il 2020 Marsh Italia, che attualmente conta circa 900 dipendenti, ha assunto in media 50 neolaureati l'anno, con un picco di oltre 80 nel 2019 e mantenendo un flusso di assunzioni costante anche durante il difficile 2020. “Abbiamo continuato a investire sui giovani – sottolinea Bono – formandoli internamente, perché il nostro è un mestiere che va imparato sul campo”. Ma anche per i propri dipendenti Marsh Italia ha pensato a una formazione ad hoc, e all'inizio del 2020 ha lanciato un master biennale, ideato assieme alla Mib di Trieste.

percentuali di avanzamento del Pil. Dovendo guardare ora anche ai Paesi della regione del Mediterraneo orientale, Bono parla di “aree complesse, con un potenziale da andare a cogliere. L'obiettivo principale che mi pongo – dice – è innanzitutto quello di garantire una crescita stabile e costante nel tempo. Si tratta di Paesi vicini dal punto di vista geografico, ma molto diversi dal punto di vista culturale, macro-economico e socio-politico. E questo rende la sfida ancora più interessante”. In queste aree Marsh ha dei team “di grande eccellenza”, con cui andrà a sviluppare quote di mercato ancora inesplorate, “quindi vedo un grande potenziale di crescita”. Ma oltre che sull'aspetto della crescita costante e stabile, Bono vuole sviluppare anche il lato umano, “valorizzando e supportando le persone e i team”, e quello tecnologico, “investendo in aree strategiche e digitalizzando i processi per poter dare un miglior servizio ai clienti”.

UN GAP DI CONSAPEVOLEZZA

Tornando a parlare del nostro Paese, Bono racconta che oltre a sviluppare nuovi target di clientela, Marsh Italia ha investito molto nella consulenza. “Proprio

recentemente – ricorda – **Marsh Risk Consulting** ha cambiato denominazione diventando **Marsh Advisory**. Soprattutto nell'ultimo anno, alla luce della crisi pandemica, abbiamo rielaborato una serie di servizi per i clienti, concentrandoci sui temi della supply chain e business continuity management”.

Il rischio prima di tutto deve essere identificato e sentito, e le aziende italiane sono spesso ancora lontane da avere una adeguata consapevolezza su pericoli gravi come il rischio cyber che, secondo una recente ricerca di Marsh sulla percezione del rischio tra le società italiane quotate in Borsa, è solo al quindicesimo posto: meno del 25% delle società presenti in Piazza Affari identifica questo rischio all'interno del proprio *Annual Report*. Ma la cosa forse ancor più preoccupante è che tra le quotate che hanno subito un attacco cyber nell'ultimo anno solo la metà circa ha indicato il rischio cyber tra quelli più sentiti.

PANDEMIA, SERVE COLLABORAZIONE TRA IL PUBBLICO E I PRIVATI

Come intuibile, al momento tra le minacce più sentite dalle aziende c'è la pandemia. Un rischio verso cui però, nel corso del 2020, le risposte assicurative non si sono dimostrate sempre all'altezza. “In era pre-Co-



Andrea Bono, co-CEO di Marsh Italia e CEO della Eastern Mediterranean Region di Marsh

vid – spiega Bono – chi avesse voluto acquistare una copertura specifica contro questa eventualità l'avrebbe trovata. Probabilmente a cifre elevate, ma la capacità per coprire questo rischio c'era. Oggi il quadro è cambiato. Il volume totale di premi danni intermediati annualmente nel mondo è di circa 2 trilioni e mezzo di dollari, mentre i danni causati dalla pandemia (fonte Fmi) si aggirano finora intorno ai 10 trilioni di dollari. Ciò significa che per coprire un singolo evento come quello pandemico sarebbero necessari tutti i premi globali di cinque o sei anni”. Secondo Bono, quindi, la risposta a questo problema non può essere trovata solo nel mercato assicurativo privato. “Quello su cui si dovrà lavorare a livello europeo è creare dei tavoli di lavoro pubblico-privati congiunti, su cui il settore assicurativo però può mettere a disposizione le sue competenze in termini di dati ed esperienza”.

LE AZIENDE VOGLIONO FLESSIBILITÀ

Ma nell'immediato, in che modo il settore assicurativo può supportare le aziende? Bono chiede più flessibilità agli assicuratori. “In questo momento – spiega – il mercato vive una fase di *hardening market*, con tassi e premi in salita. Le imprese hanno bisogno di risparmiare e di preservare il proprio cash flow, ma le compagnie non sembra stiano venendo incontro a queste necessità. Negli ultimi 12 mesi abbiamo assistito all'aumento dei premi e delle franchigie, e alla riduzione della capacità e delle garanzie all'interno della copertura”. Il contrario di ciò che il mercato richiederebbe. Bono però analizza la situazione nel suo complesso: “le compagnie stanno da un lato affrontando un prolungato periodo di bassi tassi di interesse, dall'altro si trovano a dover pagare una serie di sinistri catastrofali degli ultimi anni che hanno messo a dura prova i conti economici”. Questa situazione ha portato gli assicuratori a ridefinire le proprie politiche di underwriting e all'aumento dei premi. Oggi però le aziende chiedono maggiore stabilità. La richiesta che Bono fa alle compagnie è quella “di guardare non solo al brevissimo termine, ma anche di fare una programmazione sul medio periodo che potrebbe permettere alle aziende che hanno bisogno di acquistare coperture assicurative di non dover essere soggette a tutta questa volatilità”.