

BROKER

MAG, IL VALORE DELL'INDIPENDENZA

FONDATO NEL 1978, INIZIALMENTE RIVOLTO AI SOLI SETTORI MARINE & AVIATION, IL GRUPPO È OGGI UNA DELLE PRINCIPALI REALTÀ ITALIANE DEL BROKERAGGIO ASSICURATIVO, CON 23 UFFICI IN ITALIA E UNA SEDE A LONDRA, E UNA CLIENTELA DI AZIENDE CORPORATE, MIDDLE MARKET ED ENTI PUBBLICI. IL PRESIDENTE PIERLUCA IMPRONTA ILLUSTRA IL PERCORSO DI EVOLUZIONE DELL'AZIENDA E LA SUA VISIONE DEL MERCATO

di BENIAMINO MUSTO





Nato come broker specializzato nel settore dello shipping, il gruppo **Mag** taglia quest'anno il traguardo di 45 anni di attività. L'azienda, fondata a Napoli nel 1978 da **Vincenzo Impronta**, porta ancora nel proprio nome il target di riferimento iniziale (Mag è l'acronimo di *Marine & aviation group*) e in questi anni è molto cresciuta fino a imporsi come il più grande broker indipendente italiano. Oggi è una realtà che intermedia 330 milioni di premi l'anno, con 22 sedi in Italia e una a Londra, e con circa 350 dipendenti. A guidarla, dal 1994, è il figlio del fondatore, **Pierluca Impronta**, presidente della società, il quale lo scorso giugno è stato insignito del titolo di *Cavaliere del Lavoro* dal Presidente della Repubblica, **Sergio Mattarella**. “Un riconoscimento che mi riempie di orgoglio per il lavoro svolto in questi anni”, dice Impronta ripercorrendo le tappe principali nella storia dell'azienda e la sua visione del mercato.

“La mia famiglia – spiega – opera nel settore assicurativo da tre generazioni. Mag è stata creata da mio padre su una forte cultura del mondo dello shipping. I settori marine e aviation, tuttavia, nel tempo sono andati via via restringendosi, per cui abbiamo optato per nuovi target, iniziando a rivolgerci anche al mondo delle imprese italiane, che tutt'ora rappresentano un importante punto di riferimento per noi”. A oggi l'80% del portafoglio clienti di Mag è costituito da aziende corporate, middle market ed enti pubblici.

L'Italia, ricorda Impronta, è il secondo paese manifatturiero in Europa, e molte delle aziende che compongono la nostra ossatura industriale sono imprese di famiglia. “Anche noi siamo un'azienda di famiglia, e quando interloquiamo con gli imprenditori nostri clienti parliamo lo stesso linguaggio”.

L'APPRODO A LONDRA E L'INTERNAZIONALIZZAZIONE

Il percorso di Mag in questi 45 anni racconta la storia di un'impresa che ha da subito allargato lo sguardo oltre i confini del proprio territorio d'origine. Cinque anni dopo la sua nascita è stata accreditata come *Lloyd's Correspondent and coverholder* presso i **Lloyd's** di Londra. Nel 1993 è arrivato il passaggio ulteriore con la creazione di Mag Ltd – Lloyd's Broker, diventando la prima società italiana ad avere accesso diretto al mercato londinese attraverso una sua controllata. “Abbiamo un ufficio a Londra con 35 persone che tutti i giorni dialogano con il mercato dei Lloyd's. Per noi – osserva Impronta – il rapporto personale e il dialogo sono elementi che contano tanto, soprattutto nel nostro settore. Oltretutto è anche motivo di soddisfazione perché accedere al mercato di Londra in questo modo non è stato facile”. Il percorso di internazionalizzazione è poi proseguito “stringendo rapporti con broker europei simili a noi, con le nostre stesse caratteristiche in termini di dimensioni e di indipendenza. Questo per

ACCOMPAGNARE L'EVOLUZIONE IMPRENDITORIALE DELLE AZIENDE CLIENTI

Prevenzione del rischio e costruzione della soluzione assicurativa sono due elementi che secondo Pierluca Impronta, presidente di Mag, non possono viaggiare separati. Impronta mette l'accento, in particolare, sulla capacità del broker di accompagnare l'evoluzione imprenditoriale dell'azienda cliente. “Questo è uno degli aspetti sui quali cerchiamo di essere molto incisivi con le aziende con le quali andiamo a lavorare. Le imprese cambiano, diversificano, e quando lo fanno è molto importante essere vicini al loro approccio, perché i cambiamenti nelle loro strategie vanno a

modificare anche la gestione del rischio e gli assetti assicurativi”.

Per Impronta, inoltre, è importante che l'azienda cliente affronti questi temi in maniera positiva: “non pensando al sinistro solo in termini catastrofici, di danno, ma riflettendo sul fatto che le coperture assicurative per la gestione del rischio sono degli strumenti vincenti, che fanno vivere le aziende in serenità. D'altronde – conclude – il mondo delle imprese non sarebbe sopravvissuto nel tempo senza il contributo delle assicurazioni”.

supportare i nostri clienti quando aprono un'attività internazionale, e viceversa”.

UN APPROCCIO G-LOCAL

Impronta ci tiene a sottolineare il valore dell'indipendenza di Mag. “In questi anni tante aziende italiane di brokeraggio hanno ceduto il controllo alle multinazionali americane. Noi questo non lo abbiamo fatto perché crediamo molto nella nostra indipendenza, nel lavoro che facciamo, e nella crescita della nostra azienda. E devo dire che quando ci confrontiamo con dei potenziali clienti tutto questo ci viene riconosciuto”.

Il gruppo, come accennato, oggi ha 23 uffici sparsi sul territorio italiano, che permettono di relazionarsi con il mercato adottando un approccio *G-local*. “Molte aziende hanno caratteristiche di specificità locali che riflettono la storia dell'area in cui vivono. Avere delle sedi nei territori in cui queste imprese operano ci consente di rapportarci con loro con una perfetta conoscenza della cultura locale. Negli anni – aggiunge – abbiamo portato avanti una politica di acquisizioni rilevando dei broker locali medio-piccoli, che grazie alla loro conoscenza del territorio in cui sono nati ci hanno aiutato a crescere, e che parallelamente noi abbiamo fatto crescere in tutto ciò che non avevano la capacità di fare: in un mercato assicurativo italiano sempre più concentrato – osserva – c'è bisogno di un miglior posizionamento per accedere, ad esempio, al mercato riassicurativo”.

TRA SPECIALTY E INSURTECH

Tra i cambiamenti avviati da Mag nel corso degli anni, c'è anche la creazione di aree dedicate alle specialties in ambiti molto tecnici come il trasporto valori, l'arte, lo sport, “settori in cui serve una conoscenza molto specifica”. Va in questo senso anche l'ultima acquisizione in ordine di tempo, annunciata lo scorso luglio, di **Dedalo Broker**, realtà specializzata nell'assicurazione dei crediti commerciali. “Continueremo su questa linea – dice Impronta – cercando di individuare realtà che sono interessate a entrare in un gruppo come il nostro”.

Un'altra operazione significativa, di cui si è parlato molto sulla stampa specializzata riguarda **Neosurance**, insurtech italiana di cui Mag lo scorso anno ha ri-



Pierluca Impronta, presidente di Mag

levato la maggioranza. “L'insurtech – ammette – è un mondo che conoscevamo poco, anche perché si rivolge a target completamente diversi dai nostri, ma abbiamo individuato una strategia precisa, e questa operazione ci sta arricchendo molto in termini di mentalità. Tuttavia noi crediamo che l'insurtech non potrà mai sostituire la professionalità e il rapporto umano, indispensabili se pensiamo a soluzioni assicurative complesse in ambiti ad alta specializzazione”.

Va da sé che nei 45 anni di attività del gruppo Mag il mercato italiano sia molto cambiato. Uno degli aspetti più positivi di cambiamento, secondo Impronta, riguarda il fatto che la cultura della gestione del rischio negli anni si sia sempre più affinata. “Probabilmente – spiega – un tempo le aree che avevano una forte cultura del rischio erano solo quelle dello shipping e dell'aviation. Adesso c'è una grande attenzione la gestione del rischio, che è diventato un elemento strategico molto importante”. Se un tempo ci si poneva il problema solo alla luce di un danno, oggi, continua Impronta, “c'è un atteggiamento culturalmente più elevato”. Per il presidente di Mag, l'attenzione al rischio da parte delle aziende “conferma l'importanza del ruolo del broker di assicurazioni, perché solo un broker con un certo tipo di organizzazione è in grado di offrire una consulenza ad alta specializzazione”.

