

Il progetto Gruppo Mag la sfida delle alleanze parte da Napoli

Nando Santonastaso

Venti uffici in Italia e uno a Londra, 350 specialisti, 47 anni di attività partendo da Napoli e allargandosi poi a tutto il Paese e all'UK. Una storia di successo ma anche e soprattutto di serietà professionale, competenza e vicinanza ad imprese nazio-

nali e internazionali. «Senza le coperture assicurative la sopravvivenza stessa delle imprese sarebbe impossibile», spiegano Nicola e Ivo Impronta, alla guida del Gruppo Mag, la più grande società italiana di brokeraggio assicurativo indipendente, all'indomani dell'inaugurazione della nuova sede di Milano.

A pag. 24

L'economia, la strategia Assicurazioni, la svolta «Ecco le nuove alleanze sull'asse Napoli-Milano»

► La sede meneghina del gruppo Mag ► «Così si punta a sostenere il rilancio
«Premiati i valori della nostra cultura» delle piccole e medie imprese italiane»

L'IMPRESA

Nando Santonastaso

«IN QUESTA FASE
DI INCERTEZZA
SUL FRONTE
INTERNAZIONALE
VALORIZZIAMO
PROGETTI CONCRETI»

«L'INDIPENDENZA
E L'AFFIDABILITÀ
RESTANO IL NOSTRO
TALENTO PRINCIPALE
PRONTI A SUPERARE
GLI OSTACOLI»

Il valore aggiunto? Napoli, manco a dirlo. «Perché la cultura napoletana avvicina, trasmette voglia di vivere, gioia

ed entusiasmo e noi facciamo altrettanto in tutti i nostri uffici e con tutti i nostri dipendenti», dice Pierluca Impronta, Cavaliere del Lavoro, che con il fratello Ivo è alla guida del Gruppo Mag, la più grande società italiana di brokeraggio assicurativo indipendente. Vent'uffici in Italia e uno a Londra, 350 specialisti, 47 anni di attività partendo da Napoli e allargandosi poi a tutto il Paese e all'UK. Una storia di successo ma anche e soprattutto di serietà professionale, competenza e vicinanza ad imprese nazionali e internazionali. «Senza le coperture assicurative la sopravvivenza stessa delle imprese sarebbe impossibile», spiegano Nicola e Ivo Impronta all'indomani dell'inaugurazione della nuova sede di Milano, l'occasione per riunire i principali operatori del mercato assicurativo e rafforzare la connessione tra

valori, persone e visioni. «Condividere l'importanza della relazione e il mestiere dell'assicurazione», sintetizza efficacemente una nota del Gruppo Mag, l'acronimo che richiama le origini della società napoletana, inizialmente rivolta ai soli settori marine & aviation. Un incontro importante, che ha ribadito l'esigenza di supportare il mercato assicurativo con una strategia di nuove alleanze tra le compagnie, nella consapevolezza che una continuità «resiliente» come quella di Mag rimane un pun-



to di riferimento fondamentale per il settore. «Con l'evento di Milano abbiamo voluto sottolineare, attraverso la nostra esperienza, che competenza, visione e capacità di affrontare insieme le nuove complessità del mercato sono presupposti indispensabili. Siamo convinti che non esistono grandi risultati senza grandi alleanze», insiste **Pierluca Impronta**.

LA SCALATA

Oltre tutto, è l'incertezza geoeconomica del momento a livello internazionale a imporre questo genere di riflessioni. «L'Italia è il secondo Paese manifatturiero dopo la Germania e molte sono aziende di famiglia per le quali riesce più semplice interfacciarsi con una realtà come la nostra che è nata e si è sviluppata con la stessa ossatura industriale (la famiglia Impronta opera nel settore assicurativo ormai da tre generazioni, ndr). Di sicuro, le imprese che vanno bene oggi sono molto più solide del passato e hanno anche una visione spiccatamente internazionale. Molte di esse peraltro sono del Mezzogiorno e non è una novità», spiegano i fratelli

Impronta. Che vuol dire? «Il Sud è cresciuto molto in questi ultimi anni e finalmente l'idea di una narrazione diversa dal passato, il cosiddetto cambio di paradigma, si sta imponendo all'attenzione generale. Ma la nostra esperienza dimostra che anche in precedenza le imprese meridionali che si erano aperte all'export e, appunto, alla visione internazionale dei loro mercati di appartenenza erano solide e affidabili. Si sono ulteriormente rafforzate e con loro ne sono cresciute altre, dalla Sicilia alla Campania, a riprova del valore dell'imprenditoria del Sud, nonostante contesti territoriali più difficili», spiegano.

L'IMPEGNO

Strategico, come detto, il mercato del brokeraggio assicurativo, altrettanto determinante per il futuro la costruzione di nuove sinergie e obiettivi comuni. Il Gruppo Mag mette in campo valori consolidati e riconosciuti dai player del settore: la sua indipendenza, la profonda conoscenza del mercato italiano e la capacità di offrire soluzioni assicurative innovative e su misura per PMI, grandi aziende ed enti pubblici. È stato così sin dall'inizio e in

particolare il valore dell'indipendenza, in un settore dominato dalle grandi società multinazionali, è rimasto il valore aggiunto della società. Oggi che oltre l'80% del portafoglio clienti di Mag è costituito da aziende corporate, middle market ed enti pubblici, tutto ciò finisce per acquistare un risalto ancora più evidente. Una garanzia che lo sbarco a Londra ha ulteriormente rafforzato. Cinque anni dopo la sua nascita, Mag è stata accreditata come Lloyd's Correspondent and coverholder presso i Lloyd's della capitale britannica. 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. Una svolta a tutti gli effetti, senza mai rinunciare a nessuna delle prerogative iniziali del Gruppo, anzi accrescendolo anno dopo anno. «Abbiamo sempre creduto molto nella nostra indipendenza, nel lavoro che facciamo, e nella crescita dell'azienda. E quando ci confrontiamo con dei potenziali clienti tutto questo ci viene riconosciuto».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



I PROTAGONISTI
Pierluca e Ivo Impronta nel corso della inaugurazione della sede del gruppo Mag a Milano

