

GUY CARPENTER, PRONTI PER LA TRASFORMAZIONE

LA STRATEGIA DEL BROKER RIASSICURATIVO È FOCALIZZATA SU TRE GRANDI AREE DI SVILUPPO: L'OTTIMIZZAZIONE DEL CAPITALE, LA GESTIONE DEI RISCHI CATASTROFALI E LA CONSULENZA STRATEGICA. CE NE HA PARLATO IL NUOVO CHIEF COMMERCIAL OFFICER IN ITALIA, ANGELO DE BENEDETTO

di Fabrizio Aurilia



© Orla - iStock

Una società come **Guy Carpenter**, broker riassicurativo e business di **Marsh**, player globale nei servizi di gestione del rischio, riassicurazione e ottimizzazione del capitale, risorse umane, investimenti e management consulting, trova ancora in Italia un contesto positivo per operare, guardando al futuro. La domanda di soluzioni avanzate, di capacità di trasferimento del rischio e di servizi di consulenza sulla gestione del capitale resta forte, e non potrà che aumentare nei prossimi anni. Ne è convinto **Angelo de Benedetto**, il nuovo chief commercial officer di Guy Carpenter in Italia, la cui nomina s'inserisce in questa fase di crescente complessità regolamentare e volatilità dei rischi e mira a rafforzare il ruolo di Guy Carpenter Italia come partner strategico per le compagnie assicurative. "Il mercato assicurativo italiano è estremamente interessante – esordisce de Benedetto – e sta vivendo un momento di trasformazione strutturale, soprattutto dal lato del business diretto".

LE POTENZIALITÀ DEL MERCATO ITALIANO

Ma perché il mercato italiano è interessante? "Perché l'Italia – argomenta – è uno dei paesi con la più ampia base di risparmio privato in euro in Europa. Questa base di risparmio sostiene lo sviluppo dei prodotti vita, quindi sia le soluzioni di protezione sia quelle di savings. Se a questo aggiungiamo – continua de Benedetto – che in Italia abbiamo costituito uno dei modelli di bancassurance più sofisticati a livello globale, vediamo che il sistema è anche molto avanzato a livello tecnico". Oltre alla parte vita, poi, c'è sempre da ricordare il gap di protezione che ancora persiste a più livelli e in diversi ambiti: nei rischi catastrofali, quelli di cui si sta parlando ormai da anni, ma ancora di più per quanto riguarda le piccole e medie imprese e il settore salute. "Vediamo, quindi, che il mercato italiano ha delle potenzialità di crescita enormi, pur essendo già grande", sottolinea il manager. "Aggiungiamo a tutto questo

la crescente consapevolezza dei rischi climatici, che porterà a un'ulteriore accelerazione".

TRE GRANDI AREE DI SVILUPPO

Guardando all'oggi, ma anche al futuro, la strategia di Guy Carpenter è chiara ed è focalizzata sul supportare le compagnie assicurative in un momento di rapida evoluzione. In particolare, la società ha individuato tre grandi aree di sviluppo: la prima è l'ottimizzazione del capitale. "Gli assicuratori – spiega de Benedetto – guardano sempre di più alla riassicurazione non solo come uno strumento di trasferimento del rischio, ma anche come un partner strategico per migliorarne l'efficienza del capitale e gestire la volatilità del bilancio".

La seconda area riguarda la gestione dei rischi catastrofali e da catastrofi naturali. Come noto l'Italia è uno dei paesi europei più esposti a queste minacce, in particolare ai terremoti e alle alluvioni: "la recente introduzione dell'assicurazione catastrofale obbligatoria per le imprese – dice de Benedetto – richiederà la costituzione di strutture di trasferimento del rischio sostenibili e supportate da un'adeguata capacità riassicurativa. Questo aspetto, che al momento si vede poco, sarà ancora più evidente quando l'obbligatorietà scatterà anche sul patrimonio residenziale privato: lì le somme in gioco saranno grandi", sottolinea.

L'ITALIA È PARTE DI UN ECOSISTEMA

Il terzo ambito riguarda la consulenza strategica, quindi il ruolo dell'interme-



© Guy Carpenter

Angelo de Benedetto, chief commercial officer di Guy Carpenter

REBRANDING TOTALE

Lo storico marchio del brokeraggio internazionale **Marsh McLennan**, dall'inizio dell'anno, non esiste più: oggi resta solo Marsh e il rebranding riguarderà tutte le società del gruppo, che assumeranno la nuova identità nel 2027 dopo un periodo di transizione. Coinvolta, quindi, anche Guy Carpenter, che diventerà Marsh Re. "Si tratta di un passaggio naturale", spiega Angelo de Benedetto, chief commercial officer di Guy Carpenter in Italia. Guy Carpenter ha oltre un secolo di storia e ovviamente l'esperienza globale accumulata è un patrimonio che rimane: "è una parte fondamentale della nostra identità - racconta de Benedetto

-, ma allo stesso tempo il passaggio a un unico marchio ci consente un posizionamento più chiaro e immediato dell'attività riassicurativa all'interno dell'ecosistema più ampio di Marsh. Questo cambiamento - continua - riflette la trasformazione del ruolo del broker, sempre più un advisor riassicurativo e non soltanto l'intermediario che colloca il rischio". In questo senso, il nome Marsh rappresenta allo stesso tempo continuità ed evoluzione, e anche facilità di comunicazione al di fuori dall'ambiente strettamente assicurativo. Le varie società condivideranno anche lo stesso logo.

CERCARE UN NUOVO ICEBERG

Guardando ai prossimi anni, Guy Carpenter, che l'anno prossimo diventerà **Marsh Re** (vedi box), prevede che il settore assicurativo e riassicurativo evolverà essenzialmente in due direzioni: da un lato il consolidamento del mercato, guidato dalle acquisizioni operate da gruppi internazionali, dall'altro la

diario riassicurativo, in un momento in cui gli assicuratori si aspettano che un partner come Guy Carpenter sia in grado di fornire capacità analitica e conoscenza del mercato, oltre ai servizi tradizionali di brokeraggio. "Guy Carpenter - riflette de Benedetto - opera globalmente attraverso un ecosistema, e l'Italia è parte di questo ecosistema a livello europeo, dove le competenze e le best practice provenienti da diversi mercati si mescolano in un modello dove i team locali lavorano a stretto contatto con i colleghi di tutto il continente, condividendo insight, capacità tecniche, expertise. Questo ci consente di combinare una forte conoscenza del mercato locale con una prospettiva globale", precisa il chief commercial officer.

Ogni paese ha delle coperture e delle esposizioni peculiari, ma la riassicurazione è un mercato globale; quindi, il broker deve essere abbastanza *local* da conoscere benissimo le particolarità di ogni singolo mercato nazionale in cui opera e, contemporaneamente, deve essere in grado di spiegare ai player globali tutte quelle caratteristiche che rendono unico un determinato paese.

La nomina di de Benedetto va proprio nell'ottica di prosecuzione di questo processo di evoluzione e "cambiamento del mindset": non più un broker che si occupa solo del placement ma "un partner che cura la gestione del capitale, un advisor che ha una relazione con i clienti e non è solo un fornitore di servizi, qualcuno che lavora per proteggere il capitale, gli investimenti, i dividendi".

crescita, per cui serviranno capitale e capacità specifiche di ottimizzazione, gestione del climate risk, modellizzazione catastrofale e accesso ai capitali globali di rischio. "Queste macroaree - commenta de Benedetto - riguardano sia l'ambito assicurativo sia quello riassicurativo. Stiamo vivendo un momento di grande complessità, in cui ci sono rischi sempre più articolati, e gli assicuratori necessitano di partner capaci di combinare broking expertise, capacità analitiche e di consulenza strategica. Per citare un celebre testo di management, se il mio iceberg si sta sciogliendo devo cercare un nuovo iceberg e non restare agganciato al vecchio: quindi, il mio invito è di vivere appieno questo importante momento di cambiamento", conclude de Benedetto. ●