



HSC intervista il Dott. Tomaso Mansutti, Ceo del Gruppo Mansutti Spa

Mansutti Spa è un brand importante, la bella impresa di una famiglia italiana che è attiva nel business assicurativo dal 1925. Di generazione in generazione il cammino continua. E ora il testimone è passato a Tomaso Mansutti, ceo del gruppo. Sua la decisione di avvalersi della consulenza strategica di HSC.

Buona lettura...!

La clientela di Mansutti è costituita da multinazionali (per le quali è possibile attivare coperture anche per le sedi degli stabilimenti esteri) e quindi attinge al tessuto tipicamente nazionale di piccole e medie imprese industriali e commerciali. E poi ovviamente l'azienda segue anche studi, associazioni, enti e privati. Gli uffici nella centralissima via Albricci, a due passi dal Duomo di Milano, Mansutti è un broker di dimensioni rilevanti, una tra le primarie realtà indipendenti. Compete con le grandi multinazionali Usa che aggrediscono anche il nostro mercato. Il gruppo nella sua interezza ha circa 100 dipendenti e intermedia circa 170 milioni di euro di premi. La sede meneghina ha accordi internazionali in circa 50 Paesi. Dal 2008 in poi il ramo classico, la società di brokeraggio tradizionale, quella che segue i clienti industriali, è stata quella che ha avuto il faccia a faccia più diretto con la crisi ma che, proprio grazie alla consulenza di HiSkill, ha visto una nuova crescita importante attraverso una industrializzazione delle attività. Crisi che però non ha intaccato i risultati di business e le prospettive complessive dell'azienda. «Alcune nostre specializzazioni, ad esempio quella dei settori affinitari, hanno avuto sviluppi positivi e ci hanno consentito di continuare a crescere. Siamo molto orientati verso la nuova clientela ed è anche per questo ci siamo dotati della consulenza di Hiskill. Con il loro supporto – racconta ancora Mansutti – abbiamo portato avanti un processo di ristrutturazione dell'azienda che ci ha messo in una più salda direttrice di crescita». Gli interventi programmati, il lavoro svolto? «L'azienda stava crescendo e dovevamo per forza di cose affrontare un fisiologico processo di riorganizzazione che contemplasse, ad esempio, una rimessa a fuoco del ruolo del middle management, decisivo per sostenere questa fase di sviluppo. E poi, sul versante della consulenza strategica di più elevato profilo, avevamo la necessità di concentrarci sulle strategie di lungo termine e sul nuovo posizionamento della società». Bisognava traghettare l'azienda verso nuovi traguardi e si poteva farlo con le strutture che c'erano, ma essendo pronti anche a modificarle. Tra i momenti chiave c'è stato l'intervento sui dirigenti. Ma anche una

consulenza molto peculiare sulla parte commerciale. «Ci hanno aiutato a industrializzare il processo, a ridefinire un metodo identificando tutti i passaggi in maniera più semplice e consapevole, e ora siamo in grado di compiere sequenzialmente tutti i passi necessari per arrivare fino all'acquisizione del cliente».

Mansutti crede molto nel ruolo dei consulenti. «Sono decisivi per affrontare bene i tempi che stiamo vivendo. Hiskill non ti da soluzioni preconfezionate, ti aiuta piuttosto a trovare le risposte che dovresti già avere dentro di te». E sulla crisi sostiene: «Le aziende che esportano e quelle che hanno a che fare con le tecnologie sono le più reattive. Ma complessivamente non mi pare che il nostro sistema di imprese sia già uscito dal tunnel». E aggiunge: «Non bisogna aspettare che le cose cambino da sole, piangendosi addosso mentre il mercato si riduce. Si possono sempre trovare delle nicchie, ci si può sempre orientare verso nuovi filoni valorizzando aspetti dell'attività già esistenti o aprendosi a orizzonti inediti. Se uno non esporta, ad esempio, può entrare nell'ordine di idee di farlo. Se ti mancano delle expertise devi trovarle e poi devi sempre avere chiaro cosa farai a lungo termine, capire dove c'è mercato e come puoi arrivarci. I consulenti servono ad aiutarti proprio in queste fasi difficili. Sono soprattutto le aziende che non hanno affrontato queste analisi e non hanno sviluppato questi anticorpi che adesso sono in grande sofferenza. Molto spesso – conclude il manager – per vedere chiaro dentro di sé è necessario un aiuto esterno. Qualcuno che ti obblighi a fermarti e focalizzarti sul pensiero a lungo termine. Perché altrimenti prevale sempre la dimensione del day by day perché è pure vero che tutti dobbiamo pagare i nostri dipendenti, le tasse e queste cose assorbono tante energie. E invece bisogna pure avere il tempo e lo spazio per tirare su la testa dalla quotidianità e guardare più lontano».