

## Imprese & Territori

**L'intervista. David Howden.** Il ceo dell'omonimo gruppo di brokeraggio: «Le assicurazioni favoriscono imprese e individui permettendo loro di prendere decisioni di investimento e orientare i capitali»

# «Polizze innovative contro gli attacchi cyber e i cambiamenti climatici»

Marco Alfieri

«Non possiamo controllare quello che succede a livello geopolitico o sui mercati. Ma possiamo costruire prodotti assicurativi capaci di proteggere compratori e venditori dando fiducia al sistema», spiega David Howden, ceo dell'omonimo gruppo inglese di brokeraggio assicurativo, fondato nel 1994 con tre soci su principi che lo differenziano da molti altri giganti del settore: più di un terzo del capitale in mano a 5.300 dipendenti e acquisizioni strategiche (65 nel solo 2024) di società con la stessa mentalità con cui stabilire relazioni di «indipendenza collaborativa».

**Mister Howden: tra guerre, incertezze geopolitiche e dazi Usa, è un mondo complicato per un grande broker assicurativo?**

Sì, ma anche pieno di soluzioni da trovare. Generalmente si crede che l'assicurazione sia qualcosa che devi avere per coprire un evento quando è accaduto. In realtà non si tratta solo di vendere una copertura o prezzare un rischio bensì di un fattore che favorisce lo sviluppo degli individui e delle aziende, permettendo loro di prendere decisioni di investimento e orientare i capitali, sapendo che se c'è un problema, esiste una protezione.

**Un esempio?**  
I prodotti assicurativi unici come la "nostra" prima polizza per i carbon credits che protegge sia compratori che venditori, dando fiducia al sistema. Di base non possiamo controllare quello che succede nel mondo ma possiamo, ad esempio, costruire polizze per coprire il rischio delle navi porta container che attraversano il mar Rosso.

**La vostra filosofia è quella di non quotarsi, avere azionisti stabili, non distribuire dividendi ma reinvestire il capitale per far**



**creocere l'azienda. Perché?**

La chiave secondo noi è tenere insieme investitori a lungo termine e la proprietà dei dipendenti. Se un cliente si relaziona con un proprietario tende a fidarsi di più così come se un dipendente è anche proprietario è più ingaggiato sul business. Credo che noi siamo un buon esempio: a fine 2022 Howden Group aveva 13 mila dipendenti e ricavi per 2 miliardi di sterline, nel 2024 siamo saliti a 22 mila dipendenti e a 3 miliardi di ricavi con un margine di Ebitda del 31 per cento.

**Invece il private equity che effetto ha avuto sul consolidamento del mercato assicurativo?**

Ha sicuramente dato un forte impulso a un'ondata di acquisizioni. Chi ha comprato, lo ha fatto con l'unico obiettivo di

**L'azienda.**

Costruisce polizze per coprire il rischio delle navi porta container che attraversano il mar Rosso

massimizzare il valore delle società target in vista della rivendita. Ma questo gioco è stato possibile in presenza di bassi tassi di interesse e alta rivalutazione potenziale delle quotazioni. Il nostro modello prevede invece di acquisire società per integrarle in un ecosistema assicurativo dove si cresce anche per via organica.



**DAVID HOWDEN**  
Ceo e fondatore, nel 1994, di Howden Group, uno dei leader mondiali nel brokeraggio assicurativo

**Climate change, eventi catastrofici, cybersecurity: l'industria assicurativa è pronta a coprire questi rischi crescenti?**

Il settore assicurativo sta migliorando nella capacità di analizzare, raccogliere dati, comprendere il rischio, controllarlo e stabilirne il prezzo. Se guardiamo a 4-5 anni fa, ad esempio, la sicurezza informatica stava diventando quasi impossibile da garantire: i prezzi stavano diventando molto alti perché le persone e le aziende non la prendevano sul serio. Oggi il panorama sta cambiando. La sfida vera è: come distribuire il rischio in una comunità più ampia, rendendolo sostenibile?

**L'Italia è un paese importante per il vostro business. Ci fornisce qualche dato?**

Come società di brokeraggio Howden è presente dal 2021. Stiamo crescendo rapidamente con una serie di acquisizioni di cui la più importante è stata Assiteca. Oggi siamo il terzo broker su piazza con 850 persone e uffici in 23 città. Per noi rappresentate il secondo mercato estero dopo la Spagna ma soprattutto l'Italia è il caso lampante della nostra filosofia.

**In che senso?**

Abbiamo sempre avuto nel Dna l'idea di costruire un'azienda veramente internazionale. Quando abbiamo aperto in Italia (così come in Spagna o Germania) lo abbiamo fatto con professionalità italiane (o spagnole o tedesche), non con l'idea di essere un'avamposto Usa o UK all'estero. E questo i nostri clienti lo apprezzano molto.

**Nel concreto, cosa significa?**

Significa che sono italiani Luigi Sturani, ceo di Howden Europe, o Federico Casini, ceo di Howden Italia e, insieme a loro, altre figure apicali del gruppo. In Italia avete molto talento, passione, energia, competenze e creatività. Per me tutti aspetti fondamentali.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

società di ingegneria del Gruppo Fs. Il ponte Anji Khad è un'opera unica che innalzerà gli standard di affidabilità dell'infrastruttura e a migliorare i collegamenti in chiave territoriale e

internazionale. Ha una lunghezza di 725 metri e un'altezza di 196 con una sezione strallata di 473 metri, inclusa una campata centrale di 290 e una torre di sostegno asimmetrica.



**Allestimenti.** Un progetto realizzato da Henoto per il Salone del Mobile di Milano

## BolognaFiere spinge su Henoto: obiettivo 150 milioni di ricavi

Allestimenti

**Pronto a luglio il piano di sviluppo al 2030 per la società del gruppo fieristico**

Giovanna Mancini

L'obiettivo di superare i 100 milioni di euro è stato raggiunto, persino con anticipo rispetto ai programmi, e ora Henoto - il gruppo industriale specializzato in allestimenti controllato da BolognaFiere - guarda già al prossimo traguardo con l'obiettivo di raggiungere e superare i 150 milioni di euro di ricavi già nel 2028, grazie alle strategie di un piano di sviluppo 2026-2030 in via di elaborazione assieme a Porsche Consulting, che sarà presentato a luglio. Soddisfatto per i risultati raggiunti il neo-presidente di Henoto, Antonio Bruzzone, che è anche l'amministratore delegato del gruppo BolognaFiere, di cui Henoto rappresenta una fetta importante non solo nella composizione del fatturato (110 milioni di euro consolidati nel 2024 all'interno del bilancio del gruppo fieristico, che ha raggiunto lo scorso anno i 274 milioni), ma anche nella strategia crescita, dato che nell'ultimo anno proprio dal settore degli allestimenti è arrivata la spinta più significativa allo sviluppo.

La crescita di Henoto è stata rapida e solida soprattutto dopo la pandemia, quando la ricerca di una diversificazione del business e l'interesse per la creazione di servizi a valore aggiunto per il mercato (in particolare nell'ambito degli allestimenti) ha convinto BolognaFiere a investire con maggiore decisione su Henoto, che allora aveva un fatturato di 31 milioni di euro. Nel 2024, con 120 milioni di euro (consolidati nel gruppo circa 110 milioni, come accennato), la società di allestimenti ha segnato un aumento di 19,5 milioni di euro rispetto al 2023 e rappresenta ormai un 40% del fatturato complessivo di BolognaFiere, con un Ebitda di 9 milioni e un bilancio in utile. «L'attuale mix di generazione del valore ci soddisfa - spiega Bruzzone - con circa il 40% proveniente dall'organizzazione di eventi, altrettanto da Henoto e il 20% dalla gestione del quartiere, abbiamo raggiunto un equilibrio che vorremmo mantenere, ovviamente facendo crescere tutte e tre queste voci. Per noi, che abbiamo una visione industriale del nostro gruppo e del suo sviluppo, è strategico e imprescindibile il controllo dell'intera filiera».

Con 350 dipendenti circa e quat-

tro società in portafoglio (Tecnogno Allestimenti, Fontemaggi, Emvisia e Backstage) il gruppo Henoto ha quattro stabilimenti in Italia (a Padova, Riccione, Milano e Bologna), oltre a magazzini e punti logistici ad Atlanta, Las Vegas e New Jersey negli Stati Uniti, dove lo scorso novembre ha rilevato il 51% della società FM Exhibit.

I mercati esteri, a partire proprio dagli Usa, saranno del resto i driver principali dello sviluppo nei prossimi anni, esattamente come per le attività fieristiche. «Il nostro è un modello di business diffuso - spiega ancora il presidente -. Lavoriamo e siamo presenti con sedi in Europa, negli Stati Uniti, in Messico, in Asia e, negli ultimi due anni abbiamo consolidato la presenza anche in Medio Oriente, in particolare negli Emirati Arabi Uniti».



**ANTONIO BRUZZONE**  
Presidente Henoto e amministratore delegato BolognaFiere

Henoto guarda con interesse anche ad altre che hanno significative potenzialità di crescita, come India, Africa e Vietnam. «Il nostro obiettivo è portare l'incidenza del fatturato estero a quota 40% entro il 2028, quando i ricavi avranno raggiunto il traguardo dei 150 milioni di euro», aggiunge Bruzzone. Oltre ai mercati, anche i settori di attività sono diversificati: se le fiere sono ancora il core business, le società del gruppo sviluppano anche architetture temporanee per eventi sportivi, culturali e di alta moda, nei settori contract e retail.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Difesa, in Italia il settore fattura 16 miliardi

Fondazione Einaudi

**Nel 2023 le autorizzazioni all'export di armamenti hanno toccato i 4,76 miliardi**

Andrea Carli

ROMA

Non è possibile garantire la sicurezza dei cittadini senza disporre delle necessarie capacità militari. È un messaggio chiaro, che non si presta a fraintendimenti, quello che viene fuori tra le righe del paper "Difesa, l'industria necessaria", presentato ieri a Roma dalla Fondazione Luigi Einaudi. All'incontro sono intervenuti, tra gli altri, il ministro della Difesa Guido Crosetto e il presidente del Copasir Lorenzo Guerini. Crosetto non ha dubbi: Safe, ovvero lo strumento finanziario Ue destinato a sostenere gli Stati membri che desiderano investire nella produzione industriale nel settore della difesa mediante appalti comuni «andrebbe utilizzato. La parte di quegli investimenti, e la possibilità di usarli in modo molto semplice, va sfruttata. Ho chiesto al capo di Stato maggiore della Difesa di farmi un quadro reale delle minacce e dello stato attuale della nostra difesa - ha poi aggiunto - quando l'avrò chiamato e informerò tutti i leader politici del Paese, in modo che non potranno dire "non sapevo". Dal giorno dopo, quando ciascuno di loro parlerà, lo farà sapendo le stesse cose che so io».



Oltre al paper sono stati presentati i risultati di un sondaggio ("Il concetto di sicurezza tra gli italiani: percezione e declinazioni"), condotto da Euromedia Research e illustrato da Alessandra Ghisleri. Il 64,8% degli intervistati ritiene che l'Italia faccia bene a investire nel comparto difesa e debba mantenere l'attuale livello di spesa (33,4%) o mettere più risorse (31,4%). Solo il 23% è contrario e spenderebbe meno. L'86,7% del campione associa alla parola "Difesa" il concetto di "Prevenzione e sicurezza", il restante 13,3% quello di "Lotta e combattimento". Viene poi fuori che il 68,3% è favorevole a una politica comune di difesa e sicurezza tra gli altri Stati membri dell'Unione europea.

**Il report.**

Presentato ieri a Roma dalla Fondazione Luigi Einaudi il paper "Difesa, l'industria necessaria".

**Il ministro Crosetto: Safe, ossia lo strumento finanziario Ue a sostegno degli Stati membri, «andrebbe utilizzato»**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LO SVILUPPO

120mln

Ricavi 2024

Il gruppo Henoto (costituito da un network di società che comprende Tecnogno Allestimenti, Fontemaggi, Emvisia, Backstage) ha raggiunto nel 2024 un fatturato di 120 milioni di euro, con un aumento di 19,5 milioni rispetto al 2023 e un Ebitda di 19,5 milioni. Conta circa 350 dipendenti e quattro stabilimenti in Italia, oltre a tre magazzini e punti logistici negli Stati Uniti.