



HOWDEN, LO SVILUPPO PASSA DAI TERRITORI

di FABRIZIO AURILIA

DOPO UNA SERIE DI ACQUISIZIONI, TRA IL 2022 E IL 2023, OGGI LE STRATEGIE DELLA SOCIETÀ DI INTERMEDIAZIONE E CONSULENZA ASSICURATIVA PASSANO PER LA CRESCITA ORGANICA, L'AMPLIAMENTO DELLA PRESENZA TERRITORIALE E L'INVESTIMENTO NEI BUSINESS CHIAVE. L'OBIETTIVO È QUELLO DI DIVENTARE IL SECONDO BROKER ITALIANO

L'Italia è il secondo mercato più importante in Europa per **Howden**, la società di brokeraggio e consulenza assicurativa sbarcata in Italia nel 2022 e divenuta un punto di riferimento per tutto il mondo dei rischi. Dopo il Regno Unito, l'Italia è il paese che corre di più, come confermano i numeri del 2024, l'anno fiscale che si è chiuso il 30 settembre scorso: Howden in Italia ha realizzato ricavi per 130,3 milioni di euro, in crescita rispetto ai 113 milioni dell'esercizio precedente, con un ebitda pari a 27,7 milioni, contro i 21,5 del 2023, e un margine del 21,3% (19% nel 2023). La crescita, esclusivamente organica giacché nel 2024 Howden Italia non ha effettuato acquisizioni, è stata del 15,1%, "un dato ben oltre la media di mercato (circa 10%, ndr)", ha sottolineato Federico Casini, ceo di Howden in Italia durante un recente incontro con la stampa al quale *Insurance Review* era presente.

OBIETTIVO 190 MILIONI DI RICAVI AL 2027

"Puntiamo – ha continuato – a centrare la cifra dei 150 milioni di ricavi nel 2025 e 190 nel 2027". L'obiettivo di Howden in Italia per il 2027 è di scalare la classifica dei broker dal terzo posto attuale al secondo. Per farlo, la società investirà sulla crescita organica e l'ampliamento della propria presenza sul territorio, oltre che sul consolidamento delle proprie migliori posizioni di business. I 190 milioni di euro di ricavi al 2027 riflettono peraltro l'ambizione dichiarata nel 2022, quando il broker aveva asserito di voler raddoppiare il proprio valore, allora pari a 93,5 milioni. "Obiettivi importanti – ha riconosciuto Casini – ma noi crediamo ci sia uno spazio enorme per chi vuole crescere attraverso la specializzazione e il servizio".

LA CRESCITA TRA LE MULTINAZIONALI

Attualmente le tre principali linee di business di Howden sono i rischi P&C, per il 40%, welfare-employee benefits (20%) e motor (12%); il 60% dei clienti sono medie

imprese, con un fatturato tra i 50 ai 250 milioni di euro, un target su cui Howden detiene il primato e che vuole confermare anche in futuro. "Vogliamo crescere tra le grandi aziende multinazionali – ha spiegato Casini – anche se già oggi quel 15% di crescita lo dobbiamo soprattutto ai nuovi grandi clienti che abbiamo acquisito". Howden, in particolare nell'ultimo anno, è riuscita a far passare il messaggio che oltre ai noti broker internazionali, in Italia è possibile affidarsi anche ai servizi di un "player globale con una forte presenza locale".

COME COGLIERE LE MIGLIORI OPPORTUNITÀ

Ma non solo le grandi aziende hanno interessi oltre confine: "molte imprese italiane di dimensioni medie hanno iniziative commerciali all'estero, e oggi Howden è diventato un punto di riferimento per loro", ha detto Casini. "Secondo noi – ha continuato – dev'essere il servizio a distinguerci: non vogliamo perdere l'opportunità di essere presenti lì dove i clienti ci cercano. Ci occorre quindi un professionista locale che conosca il territorio: per fare questo abbiamo scelto due strade, o l'assunzione di singoli dipendenti per crescere insieme o l'acquisizione diretta di società".



Federico Casini, ceo di Howden in Italia



© RomoloTavani- iStock

Su quest'ultimo punto, mentre il gruppo ha messo a segno nell'ultimo anno importanti acquisizioni, per esempio in Francia o in Giappone, in Italia l'M&A si è fermata. "Il mercato dell'M&A è stato un po' *drogato* da fondi che non operano nell'intermediazione assicurativa – ha osservato il ceo – mentre noi quando facciamo acquisizioni le facciamo mirate, strategiche".

Al momento, come accennato, non ci sono operazioni in vista: Howden punta alla crescita per linee interne, con il rafforzamento delle specialty lines, del cyber risk, ma anche Rc professionale, welfare ed employee benefits. "Vogliamo cogliere le opportunità attraverso programmi con clienti omogenei, quindi rafforzare la nostra presenza nell'area affinity ma anche la penetrazione tra gli enti pubblici e professionali. E poi, ovviamente, stiamo lavorando tantissimo sul mondo dei catastrofali, che sarà decisivo per il 2025", ha chiosato il ceo.

CAT NAT: SERVE UN OSSERVATORIO SUI PREZZI

Il tema cat nat è la grande incognita, e Howden si sta preparando: i dubbi maggiori riguardano i prezzi delle coperture, i limiti d'indennizzo, ma anche la distribuzione. Le ipotesi in campo sono molte: "è certamente una grande opportunità – ha commentato Casini – anche perché finalmente ci sarà certezza del risarcimen-

I DIPENDENTI SONO I PRIMI AZIONISTI

“Crediamo di dover avere una forte connotazione territoriale, rappresentata da 23 uffici in Italia e più di 500 nel mondo. L'obiettivo è aumentare ancora i dipendenti, arrivando ad aprire almeno 30 sedi nel Paese”. Federico Casini, ceo di Howden in Italia, ha spiegato che la crescita dei dipendenti è uno dei driver per lo sviluppo complessivo della società. “Bisogna ancora investire nelle professionalità”, ha detto, aggiungendo che il costo del personale (875 persone) è cresciuto del 17% in un anno (+42 persone, +101 dal 2022) e che in generale oltre il 50% dei costi della società sono legati al personale. Ma i dipendenti del gruppo Howden sono anche il maggior azionista, “fatto evidentemente molto significativo per una società non quotata, attrattiva e che soprattutto sa conservare i talenti”, ha precisato Casini. I dipendenti detengono una quota pari al 32,2% dell'azionariato: nel 2024, 656 dipendenti hanno scelto di investire per la prima volta nella società in cui lavorano, per un totale di 5.200 dipendenti azionisti (circa un terzo del totale), distribuiti in 48 paesi sui 55 in cui opera Howden.

to”, cosa impossibile con il sistema attuale, tutto a carico dello Stato, con tempi lunghi e procedure complesse. Secondo Casini, però, dovrà esserci un controllo, “almeno un osservatorio sui prezzi delle coperture”, per garantire la sostenibilità e l'efficacia del sistema per tutti. Tuttavia, secondo il ceo, l'assicurazione non potrà essere la panacea: “è essenziale aumentare la cura del territorio, limitare la cementificazione, rinnovare le infrastrutture. Dalla nostra esperienza di risk analysis e loss prevention per le aziende – ha concluso Casini –, sappiamo che oggi è possibile creare sistemi di prevenzione e fare in modo che, salvo casi particolarmente complessi, non si verifichino danni devastanti”.