

PRIMO PIANO

B. Generali, opa su Intermonte

Banca Generali ha lanciato stamattina un'opa volontaria sulla totalità delle azioni ordinarie di Intermonte. L'offerta ammonta a 3,04 euro per azione, comprensivo di un premio del 24% sulla media del titolo negli ultimi tre mesi: in caso di adesione integrale all'opa, il controvalore dell'operazione sarà pari a 98,2 milioni di euro. L'offerta, come specifica la nota stampa diffusa dalla banca del gruppo Generali, si propone di raccogliere almeno il 90% delle azioni di Intermonte per poter così procedere al delisting del titolo, attualmente quotato sul listino Euronext Growth Milan di Borsa Italiana.

"L'operazione si inquadra nell'ambito del piano di rafforzamento della crescita di Banca Generali, finalizzata alla creazione di valore per tutti gli stakeholders attraverso una ulteriore differenziazione del suo posizionamento rispetto ai peers, con lo sviluppo di competenze professionali distintive cui affiancare soluzioni sempre più approfondite per la protezione e advisory patrimoniale", si legge nella nota. L'integrazione di Intermonte, a tal proposito, "consentirà di internalizzare una parte della catena del valore nel trading e nell'ambito dell'attività in derivati", aprendo inoltre, prosegue la nota, "ulteriori importanti opportunità nel rapporto privilegiato che la banca ha saputo costruire con la platea di clienti imprenditori e imprese".

Giacomo Corvi

AGENTI

Uaa, come far aumentare il numero di donne agenti

L'Unione Agenti Axa ha dato il via a un percorso volto a riequilibrare la presenza delle donne che esercitano la professione di intermediario assicurativo, ancora troppo poche rispetto ai colleghi maschi. La prima tappa di questo progetto si è tenuta a Milano venerdì scorso, con un evento da cui sono emerse numerose idee e riflessioni

Se il tema dell'equilibrio di genere ha ormai trovato ampia considerazione presso le compagnie assicurative, non si può dire lo stesso per l'intermediazione assicurativa. Le donne agenti sono poche, e sono spesso figlie di agenti, mogli di agenti, sorelle di agenti. Per invertire la rotta è necessario che il mestiere diventi più attrattivo per l'universo femminile. E per capire come farlo, **l'Unione Agenti Axa** (Uaa) ha organizzato venerdì scorso a Milano un evento per stimolare la riflessione su questo tema mettendo a confronto esperienze e punti di vista in grado di generare idee e proposte.



RIEQUILIBRIO DI GENERE E NUOVE GENERAZIONI

L'appuntamento è stato aperto dal presidente dell'Uaa, **Alessandro Lazzaro**, il quale si è detto "convinto che si debba aprire questo mestiere anche a chi non l'ha ereditato in famiglia. Siamo al primo scalino di questo percorso – ha aggiunto – e c'è molta strada ancora da fare. Oggi io credo che sia indispensabile in primis mettere in connessione le donne agenti del nostro gruppo, perché dal confronto nascono le idee, che sono la linfa dell'associazione".

Oltre al riequilibrio di genere, Lazzaro ha anche riaffermato la necessità di un ricambio generazionale: "dobbiamo lavorare tutti insieme per far avvicinare le giovani generazioni a questa professione".

SOLO IL 22% DEGLI ISCRITTI ALLA SEZIONE A DEL RUI È DONNA

Il tema è stato poi inquadrato attraverso una serie di numeri che fotografano la situazione attuale. Come ha sottolineato **Chiara Censoni**, componente di giunta nell'Uaa e responsabile del progetto *Uaa for Women*, "quando si parla di questo tema in assicurazione non si fa mai riferimento alle intermediarie, pertanto con un gruppo di colleghe abbiamo fatto una ricerca per capire qual è lo scenario". **Chiara Brassotti**, agente Axa a Caserta, ha spiegato che "di donne intermediarie non si parla mai in ambiente assicurativo e nelle iniziative delle compagnie. Non lo fa **Ania**, non lo fa neanche **Ivass**". **Benedetta Artusa**, agente Axa a Lecco, ha ricordato come Axa sia una compagnia da tempo sensibile al tema, che negli anni "ha sviluppato molteplici iniziative per l'empowerment femminile, raggiungendo l'obiettivo della parità di genere nelle posizioni di leadership. L'attenzione che Axa riserva alle donne – ha detto – ci permette di fare passi avanti concreti".

La situazione che emerge dallo studio realizzato dalle agenti Axa incrociando dati di varia provenienza dice che dei 32mila dipendenti delle circa 9mila agenzie assicurative sul territorio nazionale, l'81,2% è donna. Tuttavia, come accennato, le donne agenti sono in netta minoranza nella professione di agente: le iscrizioni femminili alla sezione A del Rui sono infatti solo il 22% del totale. (continua a pagina 2)

(continua da pagina 1) La situazione nella rete Uaa ricalca quella nazionale: quasi l'80% dei delegati è uomo, e solo il 20% circa è donna. E sul totale delle donne, una percentuale che oscilla tra il 40 e il 50% è rappresentata da figlie, sorelle e mogli di precedenti o attuali agenti uomini.

L'IMPORTANZA DI UNA COMUNICAZIONE FRUTTUOSA

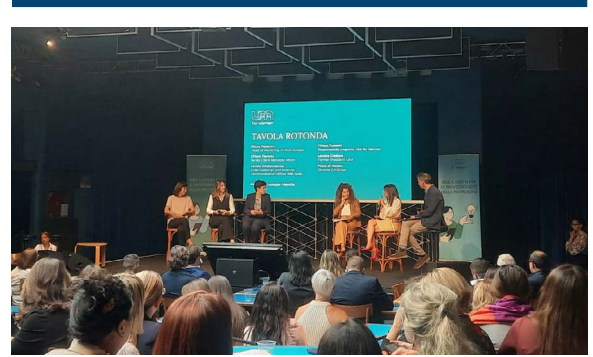
Questi numeri sono stati poi commentati all'interno di una tavola rotonda a cui hanno partecipato **Letizia D'Abbondanza**, head of customer department di **Axa Italia**, **Paola Di Matteo**, gerente di **Enbass**, **Diana Pastarini**, head of marketing di **Dual Europe**, **Chiara Fiorotto**, senior client manager di **Marsh**, e la già citata Chiara Censoni.

Letizia D'Abbondanza ha riflettuto sul fatto che le agenzie "vengono di fatto vengono mandate avanti dalle donne nonostante il capo sia maschio". La manager ha quindi messo l'accento su due aspetti da tenere in considerazione: il primo è relativo al fatto che quella per il riequilibrio di genere "non deve essere percepita come una lotta delle donne contro gli uomini"; il secondo riguarda l'importanza della comunicazione perché è fondamentale per stimolare il dibattito facendo corrispondere azioni concrete. Tra queste, D'Abbondanza ha citato le iniziative di Axa, in primis "quella di aver colmato il gap retributivo", lo smart working e il congedo parentale paritario

Diana Pastarini ha sottolineato il fatto che le donne in Italia "sono anche le più istruite, e tuttavia ricoprono ruoli meno qualificati, e a parità di ruolo sono meno pagate". Dual Italia rappresenta però un esempio positivo, giacché il 75% dei dipendenti è donna, e il 70% di queste ha ruoli manageriali. Quanto alle iniziative, Pastarini ha esortato a non limitarsi a soltanto a parlare di questo tema o, peggio, a parlarne con un linguaggio sbagliato. "L'antidoto rispetto a questa comunicazione, spesso fatta male o sterile, sta nel protagonismo delle donne, nel fatto di averle come soggetti della comunicazione e nell'essere in un contesto di rete, alleate tra di loro".

Chiara Fiorotto ha ricordato quanti passi siano stati fatti negli ultimi 25 anni, anche se "il famoso soffitto di cristallo non è stato definitivamente infranto. In questi anni – ha osservato – mi sono chiesta quanto fossi disposta a sacrificare della mia vita rispetto ai miei compagni maschi. L'esigenza di formare una famiglia, e per una donna è inevitabilmente una battuta d'arresto per la carriera". Tuttavia, ha aggiunto, "è comunque cambiata la forma mentis della controparte, oggi finalmente le istituzioni stanno inserendo nuovi obblighi, ma non c'è ancora una effettiva parità". Cosa fare allora? Secondo Fiorotto da un lato occorre "un'attività di mentoring strutturata e calata su tutto il mondo agenziale", dall'altro bisogna diffondere la cultura assicurativa, ricordando che "il percorso dell'agente è un percorso da imprenditori".

Che la strada da fare sia tanta lo ha ricordato Paola Di Matteo, che ha osservato come le nuove iscrizioni femminili alla sezione A del Rui siano pochissime. "Bisogna investire all'interno delle agenzie e creare una cultura dell'equilibrio di genere in primis lì". I dati **Inps** sulla retribuzione, infatti, "dicono che, cosa assurda, nelle realtà agenziali, è sebbene le donne siano più dell'80%, prendono il 30% in meno rispetto agli uomini, quindi è l'agente in primis che va educato a capire questo aspetto", ha detto Di Matteo. (continua a pagina 3)



RGI Next 2024

26 Settembre 2024 | Milano - Superstudio Events

ESPLORA
l'innovazione
tecnologica

SCOPRI
l'ecosistema
di partner

ASCOLTA
le esperienze delle
assicurazioni europee

REGISTRATI

(continua da pagina 2)

INIZIATIVE PER LA PARITÀ DI GENERE

Dopo un' appassionata riflessione giuslavorista sulle tutele per le intermediarie a cura dell'avvocato **Andrea Bullo**, l'evento ha visto l'intervento in presenza anche della ceo di Axa Italia, **Chiara Soldano**. "Uno dei rischi che le assicurazioni dovrebbero valutare meglio – ha detto – è quello di non colmare il gap di genere nel mondo del lavoro. Le donne sono pagate in media il 20% in meno degli uomini, solo il 33% delle imprese è di proprietà di donne, e una su cinque abbandona il lavoro dopo la gravidanza". Altro elemento importante è quello delle competenze: "è importante che le giovani donne si affaccino alle materie Stem, e in questo senso la compagnia ha lanciato un master assieme all'Università Bocconi". Tra le altre numerose iniziative citate dalla ceo di Axa, anche quella volta a sostenere la community di *business angels* che investono in start up femminili.

Quanto alle donne agenti, "il tema è ampio e si inserisce nella difficoltà generale di reclutare agenti. Stiamo studiando dei percorsi per favorire le nuove generazioni. La formazione ha un ruolo importante ma non è sufficiente. Dobbiamo collaborare con le università per sostenere la conoscenza del mondo delle assicurazioni anche verso la professione dell'agente", ha concluso Soldano.

L'evento si è concluso con una discussione che ha coinvolto l'intera platea, da cui sono emersi numerosi e interessanti spunti di riflessione e proposte. Infine, è stata presentata la *Borsa di studio Farinella*, destinata a una giovane agente del futuro: della commissione che valuterà le candidate fanno parte Alessandro Lazzaro, Chiara Censoni, Letizia D'Abbondanza, **Enzo Furguele** e **Maria Rosa Alaggio**, direttore di *Insurance Daily*.

Beniamino Musto

NORMATIVA

Il valore legale della corrispondenza via e-mail

Secondo una recente pronuncia del Tribunale di Milano, la forma di comunicazione via e-mail può non essere assimilabile a una comunicazione legale sottoscritta per via cartacea, se non è stata utilizzata la firma elettronica. È quindi raccomandabile valutare l'uso del mezzo a seconda delle circostanze

Nell'era dell'intelligenza artificiale l'impiego della tecnologia nel settore legale continua a generare difficoltà interpretative e incomprensioni, talvolta con gravi conseguenze, anche su questioni apparentemente banali.

Di recente, il Tribunale di Milano, in una controversia assicurativa, ha esaminato il significato del termine sottoscrizione, ai sensi del Codice Civile, con riferimento alle diverse modalità di formalizzazione di atti scritti, in un contesto in cui i documenti cartacei su cui è possibile apporre una firma autografa sono sempre meno diffusi.

Nella causa in questione, un assicurato ha chiesto al proprio assicuratore D&O il rimborso integrale delle spese legali sostenute per la difesa in una causa multimilionaria intentata contro di lui davanti all'Autorità Giudiziaria dello Stato della California. La compagnia ha accettato di rifondere solo parzialmente.

Parallelamente allo sviluppo del procedimento negli Stati Uniti, l'assicurato ha intrattenuto una fitta corrispondenza con la compagnia di assicurazione via e-mail per diversi anni, insistendo per ottenere il rimborso completo, ripetutamente negato. (continua a pagina 4)



Milano
27 novembre 2024
FABRIQUE

Per poter partecipare alla selezione è necessario inviare la candidatura compilando il form all'indirizzo:
<https://bit.ly/ICAwards24>

Per info: awards@insuranceconnect.it

SCARICA IL REGOLAMENTO COMPLETO

(continua da pagina 3) Al termine del contenzioso statunitense, l'assicurato, dopo aver inviato una messa in mora alla compagnia, ha intentato una causa per recuperare integralmente le spese di resistenza corrisposte agli avvocati statunitensi.

L'interruzione del termine di prescrizione

In base alle norme sostanziali applicabili, il termine di prescrizione per la richiesta di rimborso di spese di resistenza è di due anni a decorrere dalla data in cui le fatture dell'avvocato diventano esigibili.

Tuttavia, il termine di prescrizione può essere agevolmente interrotto da una richiesta formale di pagamento, ossia un qualsiasi atto scritto con cui il creditore manifesti al debitore la sua intenzione di ottenere l'adempimento.

L'assicurato ha fatto riferimento alla corrispondenza e-mail per dimostrare che la richiesta di rimborso non era prescritta, in quanto il periodo di prescrizione era stato interrotto dai diversi messaggi inviati via e-mail. Tuttavia, il Tribunale di Milano ha accolto l'eccezione di prescrizione sollevata dalla compagnia, sul presupposto che le e-mail non costituissero valida messa in mora.

È un principio consolidato che il termine di prescrizione può essere interrotto da qualsiasi comunicazione, anche non integrante una richiesta formale di adempimento, purché esprima, esplicitamente o implicitamente, l'intenzione di esercitare il diritto (cfr. sentenza della Corte di Cassazione n. 24913/2022). Tuttavia, la messa in mora deve avere forma scritta.

Infatti, "In materia di atti giuridici ricettizi a contenuto dichiarativo, quale è l'atto di costituzione in mora, per il quale è richiesta la forma scritta ad validitatem, la sottoscrizione - quale modalità di assunzione della paternità della dichiarazione, rispondente al requisito formale prescritto - costituisce elemento essenziale, in mancanza del quale non è dato sussumere il documento nella fattispecie legale della scrittura privata, produttiva di effetti giuridici" (si veda la sentenza della Corte di Cassazione n. 12182/2021).

Pertanto, una richiesta di pagamento che manca della firma dell'autore non è sufficiente a interrompere il termine di prescrizione.

Le e-mail, documenti non firmati

La domanda da porsi è quindi: come deve essere apposta la firma nel caso di comunicazioni elettroniche (e-mail)?

Ai sensi dell'articolo 20 bis del Decreto Legislativo 82/2005 (Codice dell'Amministrazione Digitale): "Il docu-



mento informatico sottoscritto con firma elettronica qualificata o con firma digitale soddisfa il requisito legale della forma scritta se formato nel rispetto delle regole tecniche stabilite ai sensi dell'articolo 71 che garantiscano l'identificabilità dell'autore e l'integrità del documento".

Nel caso in commento, il Tribunale di Milano ha ritenuto che, poiché l'assicurato aveva firmato le comunicazioni via e-mail semplicemente digitando il proprio nome e cognome, senza alcuna delle formalità richieste per qualificare la firma sulla base delle forme consentite dall'art. 20 bis citato, le e-mail devono considerarsi documenti non firmati e quindi inidonei a interrompere il termine di prescrizione.

Questa importante decisione del Tribunale di Milano fa seguito a una recente sentenza della Corte di Cassazione, che ha stabilito che le e-mail prive di firma elettronica non hanno valore legale, poiché secondo il Codice dell'Amministrazione Digitale "solo il documento informatico sottoscritto con firma elettronica avanzata, qualificata o digitale può considerarsi eseguito dall'autore" (Corte di Cassazione, sentenza n. 22012/2023).

In conclusione, occorre prestare la massima attenzione alla forma delle comunicazioni, tenendo presente che i messaggi di posta elettronica, una modalità di comunicazione comune e veloce, possono essere privi dei requisiti fondamentali per produrre effetti giuridici ai sensi di legge.

Cecilia Buresti,
partner Norton Rose Fulbright

Insurance Daily

Direttore responsabile: Maria Rosa Alaggio alaggio@insuranceconnect.it

Editore e Redazione: Insurance Connect Srl - Via Montepulciano 21 - 20124 Milano

T: 02.36768000 **E-mail:** redazione@insuranceconnect.it

Per inserzioni pubblicitarie contattare info@insuranceconnect.it

Supplemento al 16 settembre di www.insurancetrade.it - Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 - ISSN 2385-2577

INTERMEDIARI E CLIENTI, UNA RELAZIONE DI VALORE

3 OTTOBRE 2024 | 9:00 - 17:00

Hotel Meliá | Via Masaccio 19, 20149, Milano



Gestione dei dati, omnicanalità e approccio phygital. Ma anche conoscenza del mercato e di prodotti complessi, da gestire nel rispetto della normativa e affrontando quotidianamente tutti i problemi legati alla redditività. Sono queste le sfide più importanti che condizionano l'attività degli intermediari, chiamati anche a ripensare l'organizzazione operativa, gestionale e tecnologica in funzione delle strategie delle compagnie e delle peculiarità interne, senza mai perdere di vista quanto viene richiesto loro dalla clientela nonostante le politiche tariffarie a volte sfidanti. In questa complessità sta evolvendo la professione dell'intermediario, ogni giorno alla ricerca di opportunità per coltivare una relazione di valore con il cliente ibrido, ma al contempo un rapporto sempre più fondato sulla vicinanza, la prossimità, la consulenza, la personalizzazione. Affrontare il futuro significa pertanto per gli intermediari sviluppare competenze e capacità di cogliere il cambiamento per circoscrivere il perimetro in cui distinguersi dalla concorrenza. E per fare tutto questo servono investimenti, strumenti tecnologici, soluzioni assicurative adeguate e formazione continua.

Moderata Maria Rosa Alaggio, direttore di Insurance Review e Insurance Trade

Il convegno si propone di analizzare:

- *Agenti e broker: assetti di mercato e ruolo nella distribuzione assicurativa*
- *Le risposte del settore assicurativo all'evoluzione dei rischi e delle esigenze di protezione di cittadini e aziende*
- *New business e proattività commerciale: aree di crescita e strumenti disponibili*
- *Limiti e ostacoli allo sviluppo dell'offerta assicurativa e della redditività degli intermediari*
- *Il ruolo della tecnologia e il contributo dell'intelligenza artificiale*
- *Il dialogo con la compagnia: i risultati dei tavoli di lavoro tra intermediari e mandanti*
- *Gli investimenti necessari per guardare al futuro (tecnologia, formazione, riorganizzazione delle strutture aziendali)*

Main sponsor



Official sponsor



PROGRAMMA

09.00 – 09.30

■ **REGISTRAZIONE**

09.30 – 09.50

■ **INTERMEDIARI E CLIENTI, UNA RELAZIONE DI VALORE**

Presentazione dell'Osservatorio sulla Distribuzione Assicurativa 2024

- Giorgio Lolli, manager di Scs Consulting

09.50 – 10.40

■ **TAVOLA ROTONDA – STRATEGIE, STRUMENTI E OFFERTA PER FAVORIRE LA PROATTIVITÀ COMMERCIALE**

- Roberto Anesin, director intermediaries & digital insurance business, member of Executive Committee Arag SE Branch Italy

- Giuseppe Barbatì, deputy chairman and managing director of Acrisure Italia

- Ezio Peroni, responsabile Distribution di Alleanza

10.40 – 11.00

■ **OPERATIVITÀ E SVILUPPO: QUALI NUOVE RESPONSABILITÀ PER GLI INTERMEDIARI?**

- Lorenzo Sapigni, direttore generale per l'Italia di Cgpa Europe - Rappresentanza generale per l'Italia

11.00 – 11.30

◆ Coffee break

11.30 – 13.00

■ **TAVOLA ROTONDA – ASSICURARE CITTADINI E AZIENDE: GLI INTERMEDIARI TRA PROBLEMATICHE E OPPORTUNITÀ**

- Claudio Belletti, chief commercial officer di UnipolSai

- Vincenzo Cirasola, presidente di Anapa

- Claudio Demozzi, presidente di Sna

- Umberto Guidoni, co-direttore generale di Ania

- Roberto Novelli, capo dell'ufficio Segreteria di Presidenza e del Consiglio di Ivass

- Flavio Sestilli, presidente di Aiba

- Luigi Viganotti, presidente di Acb

13.00 – 14.00

◆ Lunch

14.00 – 14.30

■ **DIALOGO CON LA COMPAGNIA, TAVOLI DI LAVORO E RIORGANIZZAZIONE DELLA RETE AGENZIALE**

- Pierangelo Colombo, presidente del Gruppo Agenti Allianz Viva

- Mariagrazia Musto, presidente di Asap (Associazione Agenti Professionisti)

- Stefano Passerini, presidente del Gruppo Agenti Hdi

14.30 – 14.50

■ **LA COMPONENTE DI SERVIZIO ED ASSISTENZA COME TRATTO DISTINTIVO DELL'AGENTE**

- Federico Bernabei, sales manager intermediari assicurativi di AXA Partners Italia

- Guido Dell'Omo, business leader retail di AXA Partners Italia

14.50 – 15.30

■ **TAVOLA ROTONDA – EVOLUZIONE DEI RISCHI E RUOLO DEGLI INTERMEDIARI, RISPOSTE A VALORE AGGIUNTO PER IL MERCATO ITALIANO**

- Davide Anselmo, general manager per l'Italia di Qbe

- Mario Cipriano, presidente di Uea

- Emanuela Mantini, chief commercial officer di Helvetia Italia

- Revo*

15.30 – 17.00

■ **TAVOLA ROTONDA – OMNICANALITÀ E CENTRALITÀ DEGLI AGENTI: COME E DOVE INVESTIRE?**

- Alberto Bonomo, amministratore di X Consulting

- Ennio Busetto, presidente dell'Associazione Agenti Allianz

- Michele Colio, head of distribution marketing and customers di Zurich Italia

- Massimo Levati, direttore commerciale agenti di Axa Italia

- Laura Puppato, vice presidente di Agit – agenti Groupama Italia

- Federico Serrao, presidente del Gruppo Agenti Generali Italia

- Enzo Sivori, presidente di Agenti UnipolSai Associati (Aua)

- Simone Tarchiani, direttore rete agenziale di UnipolSai



CONVEGNO

3 OTTOBRE 2024 | 9:00 - 17:00

INTERMEDIARI E CLIENTI, UNA RELAZIONE DI VALORE

Main sponsor



Official sponsor



*Invitato a partecipare

ISCRIVITI CLICCANDO QUI

SCARICA IL PROGRAMMA COMPLETO