

PRIMO PIANO

Banco Bpm: no all'opa, sì all'ops

Crédit Agricole non lancerà l'opa su Banco Bpm, come precisa il gruppo nella nota in cui ha annunciato che la Bce ha dato il via libera a salire fino al 19,9% del capitale della banca italiana. Crédit Agricole intende esercitare l'opzione per salire fino al 19,8%, convertendo gli strumenti derivati che ha in portafoglio (dopo l'autorizzazione da parte di Bankitalia).

La Banque Verte ha sottoscritto nel quarto trimestre del 2024 e nel primo trimestre del 2025 strumenti finanziari che hanno portato la sua posizione nel capitale di Piazza Meda, tramite derivati, al 9,9%. L'istituto ribadisce che l'aumento della quota "è coerente con la sua strategia di investitore a lungo termine e partner di Banco Bpm", e che non intende lanciare un'offerta pubblica.

Intanto la Consob ha approvato il documento di offerta relativo all'ops di Unicredit su Banco Bpm, con il periodo di adesione fissato tra il 28 aprile e il 23 giugno. In caso di adesione integrale, ai prezzi di ieri, l'operazione vale 13,9 miliardi di euro, come riporta il documento di offerta pubblicato da Unicredit dopo il via libera della Consob. Sempre in caso di adesione integrale, agli azionisti di Banco Bpm saranno consegnate azioni per un valore pari al 14,55% del capitale di Unicredit.

Fabrizio Aurilia



AGENTI NEL FUTURO

Protezione, territorio e persone: i valori sostenibili dell'assicurazione

Alcune riflessioni per ribadire il ruolo delle agenzie come cardini per lo sviluppo della società e farne un motore economico all'insegna della sostenibilità. Gli agenti possono fare ancora molto per diminuire il loro impatto ambientale, equilibrare la parità di genere e dare il buon esempio attraverso le proprie condotte quotidiane

Un giorno un bimbo mi chiese: "cos'è il tuo lavoro?"

Spesso nelle riflessioni fra agenti non ci si sofferma sul valore che un'agenzia gestita in modo dinamico ed etico possa generare: una ricchezza che si estende a tutto tondo per l'ambiente nel quale agisce. Con queste poche righe vorrei accompagnare chi avrà la pazienza di leggerle nel porre lo sguardo verso questo aspetto della nostra professione, rispondendo alla domanda: come si colloca un'agenzia di assicurazioni in un mondo che vuole avere un modello di sviluppo economico sostenibile? Ponendo quindi al primo posto le relazioni fra impresa-agenzia e ambienti circostanti? Quali le attività da porre in essere, quale il ruolo dell'agenzia di assicurazioni?

Mi auguro che queste riflessioni ci aiutino prima a capire individualmente e poi a presentare le nostre imprese come cardini per lo sviluppo sano di un territorio e quindi a essere vissute/valutate/comprese come attrici fondamentali per lo sviluppo dei territori.

LA DEFINIZIONE DI SOSTENIBILITÀ

Definiamo *sostenibilità*, in genere, alla stessa maniera della Treccani: si definisce *sostenibilità* nelle scienze ambientali ed economiche la condizione di uno sviluppo in grado di assicurare il soddisfacimento dei bisogni della generazione presente senza compromettere la possibilità delle generazioni future di realizzare i propri. Ma il concetto di *sostenibilità*, rispetto alla sua prima definizione del 1972, ha fatto registrare una profonda evoluzione che, partendo da una visione centrata preminentemente sugli aspetti ecologici, è approdata verso un significato più globale, che tenesse conto, oltre che della dimensione ambientale, di quella economica e di quella sociale. I tre aspetti sono stati comunque considerati in un rapporto sinergico: combinati tra loro in diversa misura, sono stati impiegati per giungere a una definizione di progresso e di benessere che superasse in qualche modo le tradizionali misure della ricchezza e della crescita economica basate sul Pil.

I PILASTRI AMBIENTALI, SOCIALI, ETICI ED ECONOMICI

Necessaria premessa fatta, come si collocano quindi le agenzie assicurative nello sviluppo sostenibile che a parole piace a tutti ma nei fatti spesso viene tradito?

Focalizziamoci sui quattro pilastri della definizione: ambientale, sociale, economico ed etico. Vediamo come questi quattro aspetti siano già intrinseci in un'agenzia condotta in maniera etica e dinamica e come possono interagire fra di loro nelle azioni quotidiane delle agenzie generando ricchezza per tutti gli attori. (continua a pag. 2)



(continua da pag. 1)

Provo ad aprire una riflessione, condividendo su quali aspetti quotidianamente un agente può agire in maniera imprenditorialmente sostenibile:

1. Sostenibilità verso l'ambiente

- azzerando l'impatto ambientale delle nostre azioni;
- ridiscutendo i comportamenti interni orientandosi al riuso, abbandonando quella sterile forma che non crea valore;
- ragionare su materie e prodotti utilizzati, riciclaggio e valutazione del digitale;
- organizzando riunioni e rapporti con i clienti in modo digitale e con basso impatto energetico;
- promuovere sia la cultura della prevenzione del danno sia il recupero di beni danneggiati collaborando con riparatori qualificati.

2. Sostenibilità sociale ed economica verso persone del team e clienti

- attuando politiche di sviluppo culturale (formazione permanente long life learning) al fine di mettere a disposizione dei nostri clienti un alto livello di consulenza, quindi non vendere per vendere;
- attuando politiche di sviluppo economico interno in senso di equità, partecipazione responsabile e coinvolgimento;
- promuovendo e incoraggiando una redistribuzione più equa in tutta la filiera assicurativa, dalla compagnia al più piccolo dei collaboratori;
- perseguendo parità di genere nei ruoli e retribuzioni;
- valutando orari e impegni dei collaboratori nella logica di rispetto reciproco, (famiglia/passioni) cura dei clienti, coinvolgendoli sul tema che la diffusione competente di servizi assicurativi rappresenta un valore centrale per i loro clienti;
- attuando sempre politiche di inserimento e coinvolgimento di giovani su temi assicurativi, al fine di dare futuro alla propria azienda e al servizio verso i clienti.

3. Sostenibilità etica verso il territorio nel quale operiamo

- restituendo al territorio in termini di beni e servizi una parte della ricchezza prodotta non solo come denaro, ma anche come vicinanza e supporto ad associazioni e movimenti che attuano politiche di sostenibilità anche mettendo a disposizione un po' del proprio capitale di risorse umane aziendali;
- mettendo in atto i principi etici della nostra professione privilegiando sempre le scelte utili al cliente, non il mero guadagno;
- prendendo anche una posizione critica nei confronti di clienti che scopriamo poco sostenibili fino al rifiuto del servizio;
- diffondendo la scelta di sostenibilità intrapresa aziendali e condividendone i principi in moda da motivare così altre imprese alla medesima scelta. Dare il buon esempio nelle azioni e non a parole soltanto.

AGIRE CONTEMPORANEAMENTE SU TUTTE LE LEVE

Per noi di Uea i quattro pilastri sono molto coerenti con la mission statutaria e trovano una loro prima attuazione con la diffusione di cultura e di servizi assicurativi. Niente più dell'assicurazione è necessaria per consentire a chiunque di lasciare inalterate le possibilità alle generazioni future in occasione di eventi calamitosi. Ma per farlo concretamente serve agire contemporaneamente su tutte le leve della sostenibilità. Questa sintesi/ri riflessione rappresenta anche il perché valga la pena di promuovere le nostre agenzie sperando di essere capaci di trasferire i nostri valori verso due fondamentali attori del sistema economico: i clienti e i giovani. Attuando comportamenti sostenibili incoraggiamo i consumatori a rivolgersi a noi invece che a sistemi di vendita che drenano ricchezza dai territori senza restituire niente, e facciamo comprendere ai ragazzi che fare l'assicuratore in modo etico e proattivo in un'agenzia di territorio, vicino a casa, può dare soddisfazioni sia economiche sia di ritorno sostenibile, più di molte altre professioni.

PER UN'AGENZIA ETICA E PROATTIVA

L'assicuratore non è solo un venditore di polizze, ma un attore fondamentale nella costruzione di un tessuto sociale ed economico più solido e sostenibile. Attraverso la sua attività, protegge il territorio e le persone che lo abitano, contribuendo a garantire continuità e sicurezza nelle loro vite. Promuovere un'agenzia assicurativa etica e proattiva significa non solo offrire protezione, ma generare valore per la comunità, incentivando comportamenti virtuosi e una gestione responsabile delle risorse. In un mondo in continua evoluzione, il nostro ruolo è più che mai essenziale: essere custodi di un futuro sostenibile, in cui ogni rischio affrontato oggi diventa una garanzia di stabilità per le generazioni future.

A quel bimbo risposi: "sai, Giovanni, se una persona ha la casa bruciata i pompieri spengono l'incendio e io, se ho fatto bene il mio lavoro, darò a quella famiglia i soldi per ricostruirla".

"Anche per il Lego?"

"Sì, anche per il Lego".

Fabio Boni,
consigliere di Uea



COMPAGNIE

Chubb, insieme a Conad per le polizze

Il colosso della grande distribuzione si appoggia a Chubb Studio per la gestione dei preventivi, della documentazione e dei pagamenti



Chubb si allea con **Conad** per il lancio di **HeyConad Assicurazioni**. Il gruppo assicurativo ha annunciato una partnership con il colosso italiano della grande distribuzione per offrire, come si legge in una nota, per "offrire ai titolari di carte fedeltà un facile accesso a soluzioni assicurative pensate per loro".

Il marchio **HeyConad Assicurazioni** segna l'ingresso di **Conad** nel mercato assicurativo, con un'offerta che copre salute, casa, famiglia e viaggi. La struttura è alimentata da **Chubb Studio**, piattaforma di integrazione digitale globale che consente la gestione dei preventivi, della documentazione contrattuale e dei relativi pagamenti.

"Chubb, in qualità di assicuratore, è molto lieta di collaborare con Conad al suo ingresso nel settore assicurativo", ha commentato **Orazio Rossi** (nella foto), country president di Chubb in Italia. "Chubb collabora con partner distributivi come Conad per sviluppare soluzioni assicurative su misura che rispondano alle esigenze dei clienti e ai loro bisogni di protezione, utilizzando dati e input dei partner per creare prodotti che si differenzino sul mercato. Questa partnership – ha aggiunto Rossi – dimostra l'evoluzione continua del mercato assicurativo, dove nuovi canali di distribuzione vanno aggiungendosi a quelli tradizionali, e rappresenta un'opportunità per promuovere una maggiore consapevolezza assicurativa a beneficio dell'intero settore".

La distribuzione delle soluzioni assicurative è affidata a **Conad Discovery**, intermediario iscritto regolarmente nella sezione A del Rui e che quindi rispetta pienamente i requisiti normativi e professionali del settore.

Giacomo Corvi

COMPAGNIE

Axa completa l'acquisizione di Nobis

Via libera delle autorità regolamentari alla transazione che era stata annunciata lo scorso anno: Pietro Cazzola è il nuovo amministratore delegato

Axa si prende ufficialmente il gruppo **Nobis**. La compagnia francese ha annunciato ieri con una nota di aver ricevuto l'approvazione delle autorità competenti alla transazione annunciata nell'agosto del 2024. Il corrispettivo iniziale per l'acquisizione ammonta a 423 milioni di euro, con un potenziale rappel fino a 55 milioni al raggiungimento di determinati obiettivi di fatturato.

Grazie all'acquisizione di **Nobis**, che ha chiuso il 2024 con premi lordi per 600 milioni e un utile netto di 34 milioni, **Axa Italia** raggiunge un giro d'affari complessivo di 6,8 miliardi di euro nel ramo danni, consolidandosi così al quarto posto nel settore e guadagnando inoltre un punto di quota di mercato.

Pietro Cazzola, già membro del management committee di **Axa Italia**, ha assunto l'incarico di amministratore delegato di **Nobis Assicurazioni**. La nomina è stata formalizzata dal consiglio di amministrazione della compagnia.

"Axa riconferma il suo obiettivo di crescita nei mercati strategici e l'acquisizione del gruppo **Nobis** rappresenta un passo importante per rafforzare la nostra presenza in Italia", ha commentato **Patrick Cohen**, ceo di **Axa European Markets & Health**. "Il gruppo **Nobis** vanta una solida esperienza di crescita redditizia e contribuirà significativamente a espandere e diversificare il nostro posizionamento nel mercato italiano, in particolare nel settore retail danni: sono certo – ha concluso – che insieme potremo cogliere nuove opportunità di crescita e innovazione".

Chiara Soldano, ceo del gruppo assicurativo **Axa Italia**, si è detta "felice di dare il benvenuto alla squadra **Nobis** nella grande famiglia **Axa**. **Nobis** ha saputo tracciare un'importante storia di successo imprenditoriale in Italia e i nostri rispettivi punti di forza ci consentiranno di diventare un player sempre più rilevante in questo paese e di portare ulteriore valore ai nostri clienti. Sono inoltre lieta di annunciare – ha proseguito – la nomina come amministratore delegato di **Pietro Cazzola**, che saprà certamente valorizzare le specificità di ciascuno per esprimere appieno il potenziale di questa operazione".

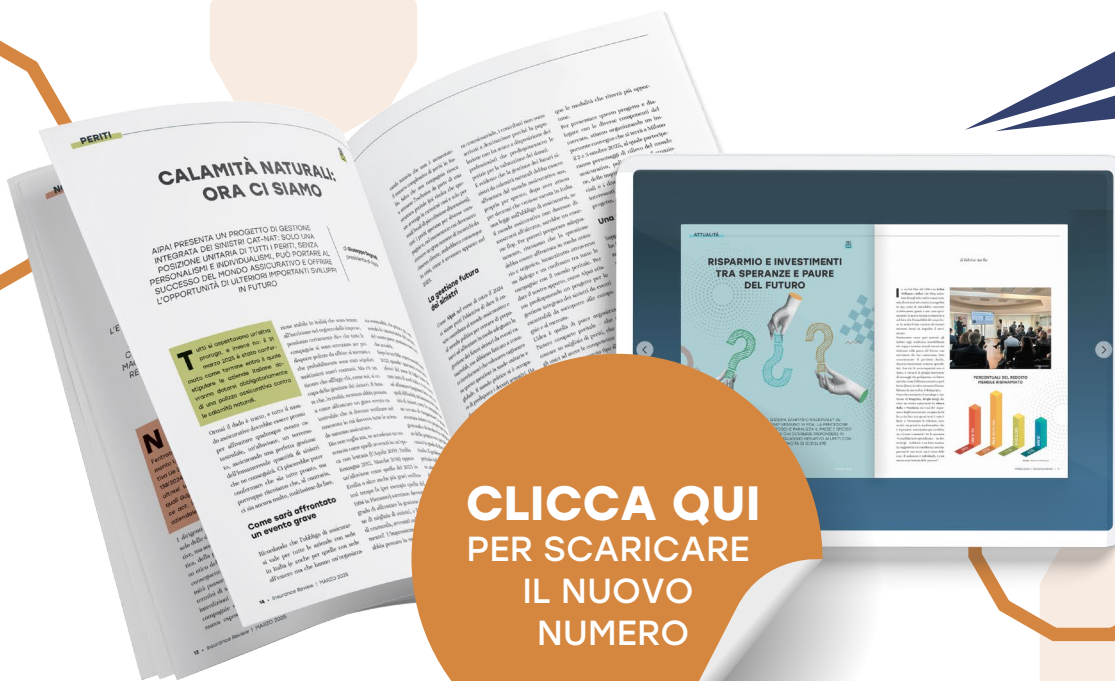
G.C.

NEW

INSURANCE REVIEW

Si rinnova!

La rivista cartacea di Insurance Connect, punto di riferimento per l'informazione nel settore assicurativo, si aggiorna e si fa in due: un bimestrale cartaceo a cui si aggiunge un'innovativa edizione online, un supporto leggero e digitale pensato in un'ottica omnicanale. Un cambio di look dettato dal desiderio di offrirvi ancora più analisi, approfondimenti e interviste ai principali operatori del settore, senza dimenticare l'attenzione per l'attualità, per le notizie più fresche del mercato e per le grandi novità dell'industria delle polizze.



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 2 aprile di www.insurancetrade.it – Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 – ISSN 2385-2577