

FORMAZIONE

La nuova regolamentazione vuole migliorare la professionalità

L'intervento è sugli standard organizzativi, tecnologici e professionali che fanno riferimento alla preparazione iniziale e all'aggiornamento degli intermediari. Sono anche previsti requisiti più stringenti sui docenti e sulle tecniche di insegnamento, ma cercando di limitare i costi.

di CLAUDIO CACCIAMANI



Claudio Cacciamani è professore ordinario di Economia degli intermediari finanziari all'università degli studi di Parma.

Secondo Aristotele, ciò che dobbiamo imparare a fare, si impara semplicemente facendolo. Un aforisma che richiama efficacemente il tema della formazione in campo assicurativo. La nuova regolamentazione in vigore interviene sugli standard organizzativi, tecnologici e professionali inerenti alla formazione iniziale e all'aggiornamento degli intermediari. Lo scopo è migliorare la professionalità degli operatori e degli intermediari assicurativi, anche alla luce del crescente utilizzo dell'informatica nelle relazioni tra compagnie, intermediari e clienti. Sono previsti requisiti più stringenti sui docenti e sulle tecniche di formazione, cercando, comunque, di limitare il costo della stessa. Le aree tematiche sono declinate sulle caratteristiche soggettive degli intermediari e sul tipo di attività svolta.

L'ipotesi sottostante alla nuova regolamentazione è che standard di competenza e professionalità più elevati possano tutelare meglio il cliente consumatore, giovando, più in generale, al mercato. Così delineata, la nuova regolamentazione deve essere salutata con favore. Da una parte, la clientela dovrebbe trarre

beneficio dal rapporto con professionisti di più elevata competenza e professionalità. Dall'altra, per questi ultimi si dovrebbe ridurre il numero di coloro che non operano correttamente, a tutto vantaggio di una migliore reputazio-

ne e una corretta competizione all'interno della categoria. Tuttavia, analizzando con maggiore dettaglio gli elementi normativi, emergono aree su cui riflettere. In primo luogo, soprattutto con la distribuzione non solo per via informatica, ma del tutto "alternativa" di prodotti assicurativi, occorre comprendere chi siano effettivamente i soggetti destinatari della formazione e quali siano poi i benefici che in concreto i clienti ne possono trarre. Si pensi ai prodotti assicurativi inclusi in modo più o meno esplicito in offerte di beni e servizi, alla distribuzione congiunta di servizi e di prodotti e alle reti basate sui social network. Ne discende che sarebbe opportuno prevedere una formazione che possa sempre fare comprendere e, magari, apprezzare al cliente il confine tra il prodotto assicurativo e il "resto", soprattutto per i diversi costi e benefici che il primo comporta rispetto all'"altro". Il secondo tema concerne la

differenza tra informazione e formazione. La prima è condizione assolutamente necessaria, ma non sufficiente per una corretta offerta al cliente in quanto da sola non tutela quest'ultimo. Si apre il tema degli eventuali conflitti di interesse nel caso in cui l'erogatore della formazione coincida con il soggetto proponente i prodotti che l'intermediario è chiamato a offrire alla clientela.

In questa ipotesi è assolutamente necessaria una certificazione della "qualità" della formazione terza e di alto livello, per fare in modo che non si spinga semplicemente l'intermediario a proporre i prodotti di soggetti che erogano informazione e non formazione, senza costi, ma in cambio della fidelizzazione delle reti. Infine, la terza tematica riguarda la verifica dell'apprendimento. La complessità crescente dell'attività assicurativa richiede che gli operatori e gli intermediari siano sempre più in possesso non solo di competenze aggiornate, ma di un bagaglio di conoscenze solido e, soprattutto, disponibile a servizio dei clienti. Ne consegue l'opportunità di test periodici su temi attinenti alla cultura assicurativa a cui l'intermediario potrebbe sottoporsi, magari volontariamente. In caso di esito positivo della verifica periodica, tale elemento potrebbe costituire un "plus" di qualità del professionista

da potere fare valere verso il cliente. Il riferimento è alle cognizioni economiche, finanziarie, giuridiche e tecniche che, seppure non strettamente attinenti, comunque hanno un impatto sui contratti e sull'offerta assicurativa. Dovrebbe esserci una stretta collaborazione anche tra intermediari, operatori e compagnie al fine di fare apprezzare al mercato soggetti che vogliono essere interlocutori privilegiati di fasce di clientela di elevato profilo, con esigenze complesse e necessità di coperture sofisticate, a maggiore valore aggiunto e redditività, rispetto ad altri che si pongono verso i clienti in modo più semplice e a minore valore aggiunto. Ciò potrebbe essere sia volontario sia autogestito dagli intermediari e dagli operatori stessi, su basi di oggettività e di indipendenza. Ne conseguirebbe un percorso formativo effettivamente "continuo", in quanto riferimento per una prima discriminazione degli operatori da parte della clientela. Sempre Aristotele apostrofava il suo allievo Alessandro Magno asserendo che prima occorre vivere e poi fare filosofia. Se in teoria sulla formazione la direzione sembra correttamente intrapresa, il percorso per una sua corretta e migliore implementazione nell'interesse non solo del mercato, quanto degli intermediari e dei professionisti del settore sembra ancora molto lungo. ■