

Anno XXVI n. 143

Ottobre-Novembre-Dicembre 2022

Pubblicazione trimestrale



L'Agente

di Assicurazione



IL FUTURO DELLA CATEGORIA

Contiene inserto Conferenza Edufin

13

55° Congresso
Nazionale Sna
di Claudio Demozi

41

Atti Conferenza
Edufin
di Roberto Bianchi

76

Uno vita
per il Sindacato
di Andrea Pieri

55° CONGRESSO NAZIONALE SNA

Chi ha idee e numeri si faccia avanti

Il diritto-dovere degli iscritti di partecipare maggiormente alla vita democratica nel momento del rinnovo o del cambiamento del Gruppo dirigente



a cura di
FILIPPO GUTTADAURO LA BLASCA



Ho partecipato, dopo alcuni anni di assenza, al 55° Congresso nazionale Sna svolto il 28 ottobre 2022 a San Donato Milanese, presso l'hotel Crown Plaza.

Mi sono ritrovato in un clima di forte partecipazione, di orgoglio dell'appartenenza, dell'essere una parte vitale dell'organismo sindacale e ho anche provato un affettuoso senso di familiarità.

Senza piaggeria faccio i complimenti per l'organizzazione di tutto l'evento, per la scenografia e la

grafica, ma anche per i momenti toccanti, non ultimo la premiazione dei giovani che hanno superato l'esame Rui e sono pronti ad alimentare questa bella quanto complessa attività professionale.

Mi ha aperto il cuore vedere tante ragazze e tanti ragazzi con la voglia di proseguire in un ruolo, in una funzione, anche sociale, unica nel suo genere, che nessun robot telematico, per quanto preciso, potrà mai imitare, dato che un software, per quanto sofisticato, non sarà mai in grado di sostituirsi al comportamento umano restando soltanto un programma informatico che esegue attività automatizzate, ripetitive e predefinite da operatori in carne ed ossa che ne hanno elaborato le funzioni. Pur nella ricerca della migliore imitazione, sempre macchina resterà, non potendosi sostituire alle sensibilità di cui è dotato un essere umano.

Ma del congresso la parte che mi ha colpito maggiormente è stato l'intervento conclusivo del Presidente, il quale ha dato a tutti una lezione di sindacalismo, di come occorre essere e vivere il ruolo del dirigente sindacale facendo un richiamo esplicito a coloro che, sempre pronti alla critica, non hanno idea di come occorre stare dentro un'organizzazione sindacale e di come la stessa debba funzionare, per portare avanti le aspettative degli aderenti.

Bene ha fatto il Presidente a metterci tutta l'enfasi e tutta la passione che lo contraddistinguono quando parla di Sna e del suo ruolo a favore della categoria. Ha richiamato i presenti all'impegno, alla consapevolezza di ciò che rappresenta il Sindacato e di cosa significhi farne parte. Ha fatto un appello allo svolgimento del ruolo e della funzione del dirigente sindacale e ha parlato ai presenti, ma si è rivolto pure agli assenti che ritengono di essere più bravi, capaci di portare la categoria a raggiungere quegli obiettivi che, non certo per responsabilità di Sna, sono arenati o addirittura fermi (ad esempio la discussione con i rappresentanti della controparte Ana).

Il Presidente ha esortato più volte i presenti all'unità e al sostegno delle iniziative sindacali, senza se e senza ma

55° CONGRESSO NAZIONALE SNA



e spero che questa volta abbia fatto presa prima di tutto sulla sua stessa squadra. Auspicio nel contempo che al Presidente abbia dato vigore la rinnovata fiducia rimarcata dai molti passaggi della sua relazione applauditi con vigore dai presenti e simboleggiata dal grido a una sola voce rivoltagli dalla platea: Sna.

Ha parlato dei diritti degli iscritti, dei diritti sindacale, della volontarietà dell'adesione e dell'impegno personale nel rispetto dei ruoli, richiamando alla possibilità di farsi da parte quando "uno migliore" di lui dovesse proporsi alla guida, perché solo i migliori, coloro che hanno le idee più vincenti e ricevono il consenso devono essere alla testa, alla guida dell'organizzazione.

La logica è sempre quella di fare il bene comune, rappresentando, organizzando e unificando la categoria nei comportamenti, facendo operare e ragionare gli iscritti come gruppo e non come somma di singoli, per la realizzazione delle idee e il conseguimento dei programmi che li hanno uniti.

Il Presidente è stato altresì chiaro nel chiedere a coloro che, sentendosi, appunto, più bravi e capaci dell'attuale gruppo dirigente, acquisiscano la maggioranza e il riconoscimento del ruolo che solo il Congresso elettivo può attribuire.

Questo non lo ha detto il Presidente, ma lo suggerisco io, coloro i quali ritengano di essere migliori e di possedere idee più coinvolgenti, scendano dallo scranno del borbottio e della lamentela e illustrino compiutamente le proprie tesi.

L'occasione del "Congresso elettivo" è alle porte e quindi è giunto anche il loro momento, il momento della massi-

ma espressione di democrazia e dell'eventuale riconoscimento delle proposte che, chiedendo di ricoprire le più alte funzioni, gli iscritti devono avere la facoltà di giudicare in sede istituzionale.

Si facciano avanti, senza freni o ostacoli, ma con idee e programmi, coloro che pensano di mettersi in gioco attraverso forme di coinvolgimento di tutti gli iscritti. Coloro che pensano di avere i numeri per governare la categoria vengano allo scoperto, sapendo che se eletti, dovranno accettare le regole statutarie e portare avanti il programma che gli ha eventualmente permesso di esautorare il gruppo dirigente in carica.

Sta qui, in questo particolare momento, la vera sfida. Chiedo quindi al Gruppo dirigente di Sna di stabilire regole certe per portare avanti la competizione elettorale orientata al futuro della categoria, attraverso incontri/confronti fra idee e persone, nel rispetto reciproco e con l'unico e vero obiettivo che deve restare: l'integrità di una organizzazione centenaria.

Sì, perché lo Sna resta e deve restare, le persone, i gruppi dirigenti possono cambiare.

Si definisca un programma di incontri (tre/quattro mesi) da organizzare sul territorio in ambito provinciale e/o regionale. Inviando i programmi e delle squadre a tutti gli iscritti, in modo da dare sostanza alle cose che si dicono, con esposizione anche in contraddittorio.

Depositare inizialmente i nominativi dei gruppi sia di sostegno che dei ruoli, dichiarando come sostengono i costi. Il controllo delle regole potrebbe essere vigilato da parte di un gruppo di osservatori, non candidati, all'uopo nominati.

IL DIGITALE OLTRE LA TECNOLOGIA

Un cambiamento di paradigma culturale,
verso il rafforzamento della competenza informatica



a cura di
FILIPPO GUTTADAURO LA BLASCA



All'orizzonte tutti immaginiamo la transizione della società in bilico tra una dimensione culturale analogica e quella digitale. Gli scenari a breve, secondo i più recenti cambiamenti tecnologici, vedono il comparto assicurativo preso di mira in questo senso, molto di più di quello che noi, come categoria, possiamo immaginare.

Le potenzialità espressive e di diffusione del digitale sono da tempo note ad artisti e industrie pioniere che disegnano ambienti reali e digitali profondamente integrati nelle funzioni e nei significati. Durante il 2020 le restrizio-

ni imposte dalla pandemia hanno accelerato la familiarizzazione di tutta la società con il mondo digitale. Oltre alle potenzialità sono emerse anche le tante disuguaglianze all'accesso dovute alla carenza di infrastrutture e dispositivi. Ma forse non è ancora del tutto chiaro che la più profonda disuguaglianza all'accesso e all'utilizzo attivo e consapevole dell'ambiente digitale è dato dalla carenza di cultura digitale cioè di comprensione organica del grande cambiamento in corso che attiene a tutta la contemporaneità, completamente trasformata dalla rivoluzione delle nuove tecnologie.

IL DIGITALE È UN SISTEMA COMPLESSO DI TECNOLOGIE

Per affrontare il cambiamento e trovare soluzioni in linea con le mutate necessità della nostra società, occorre dunque capire che il digitale, prima ancora che una tecnologia, rappresenta un cambiamento di paradigma culturale e come tale va affrontato.

Bene cari colleghi, ma come prima cosa dobbiamo intenderci su cos'è digitale: internet, social media, web, sono piattaforme che indubbiamente stanno dominando la scena attuale, ci sono state di grande aiuto durante e ci hanno permesso di uscire dall'isolamento dovuto alla pandemia, connettendoci e permettendoci di continuare a dialogare.

Ma digitale significa anche Intelligenza Artificiale, Robotica, IoT, Virtual Reality, un mondo di immagini e suoni, dati generati da algoritmi capaci di tracciare nuovi scenari nella relazione uomo-macchina, nella comunicazione, nella produzione e diffusione di contenuti.

In poche parole, si tratta di un sistema complesso di tecnologie certo, ma anche di simboli e di comportamenti che richiede per essere compreso, non solo competenze scientifiche quindi, ma anche una conoscenza e una consapevolezza culturale specifica.

Per vivere nell'era digitale, dobbiamo saper orchestrare tutti gli strumenti a disposizione, guardando sempre al loro continuo sviluppo.

Per essere innovativi ed efficaci non ci dobbiamo limitare ad un'unica tecnologia o piattaforma. Il mondo digitale è articolato e molto evoluto.

Per quanto riguarda il mondo delle assicurazioni che ha il

compito di diffondere sicurezza, ritengo vi sia necessità di formare operatori soprattutto sull'acquisizione di soft skills, di competenze trasversali, attraverso una metodologia di apprendimento sempre più transdisciplinare e soprattutto umanistica.

Culturalmente è in atto un'ibridazione tra la sfera fisica e quella virtuale.

LE COMPAGNIE CERCANO DI SOSTITUIRE GLI AGENTI CON ROBOT DI VARIA NATURA

Ma la nuova tendenza c'è ed è irreversibile. L'esperienza maturata in questi mesi ci dice che difficilmente saranno abbandonate modalità di comunicazione, di ricerca, di produzione che transitino attraverso la rete, in uno scambio continuo con la realtà fisica.

Le imprese nell'affrontare questa nuova dimensione stanno investendo moltissimo, cercano di andare oltre al digitale. Stanno investendo nell'assicurazione bionica.

Per sostituire noi agenti, cercano di sviluppare un'intelligenza artificiale in grado di svolgere un ruolo fondamentale nel rendere più efficienti i processi standardizzati e iterativi (di conseguenza automatizzabili), poiché, secondo i ricercatori l'intelligenza e la competenza dell'uomo intervengono in tutti gli altri processi in cui è rilevante non solo la dimensione emozionale e relazionale, ma anche l'apporto umano.

In poche parole, vogliono sostituire la rete di vendita con

dei robot, con delle macchine, in grado di interagire con la clientela, nella continua ricerca di progettare contenuti personalizzabili rendendoli di facile fruizione, mettendo on line, a disposizione di tutti una pluralità di servizi. Nulla fanno, naturalmente, per creare vera cultura assicurativa, in quanto il loro fine è esclusivamente affaristico e di raccolta.

E noi agenti, siamo in grado di progettare diversamente questi strumenti, creando contenuti specifici dove facciamo emergere le nostre competenze e le nostre peculiarità, perché credo che anche in questo campo abbiamo molto spazio, come i dati dimostrano. Dati che fanno emerge come, anche durante il periodo più duro della pandemia di questi due anni terribili, quando le restrizioni alla mobilità erano maggiori e favorivano certamente l'intelligenza artificiale, questo nostro grande antagonista come il nuovo grande mercato che avanzava, gli agenti tradizionali hanno guadagnato quote di mercato, crescendo di due punti sulla raccolta danni (dal 73% al 75%) e di altri due punti nella vita (dal 23% al 25%).

No, non è un paradosso, quando il gioco si fa duro i duri iniziano a giocare, in quella circostanza c'era in gioco la sopravvivenza della nostra attività e abbiamo dimostrato la capacità di resistere a qualsiasi tecnologia, sapendo adattarci all'improvvisa emergenza che snaturava il nostro lavoro quotidiano fatto di contatto con il nostro Cliente.

Ma scenario non cambia, lo scenario tecnologico è in continua evoluzione. Dobbiamo essere noi a saper affrontare questa nuova era, con curiosità e apertura mentale.

