

**E-LEARNING** I moduli per gli intermediari

# La normativa spinge l'on line

Le compagnie tendono a includere nel monte ore anche i congressi agenti o i colloqui tra ispettori e intermediari. Ma devono fornire alla rete 15 ore di aggiornamenti e lezioni multimediali.

**Antonio Marini**

**D**a molti anni le compagnie propongono agli intermediari vari moduli di e-learning. Ma solo dal 2006, anno in cui gli obblighi formativi si sono fatti più stringenti, hanno incrementato l'impegno verso i corsi multimediali. Che, dice **Paolo D'Agostino**, responsabile di Assilearning, è oggi visto «come uno dei modi più immediati per ottemperare ai vincoli forma-

tivi, ottenendo nel contempo un notevole risparmio logistico. Anche perché il mezzo informatico permette ai corsisti di seguire le lezioni dall'ufficio, da casa o anche dall'estero. E non vincola gli insegnanti a un luogo fisico: basta ricordare che, una volta, un docente ha tenuto una lezione da un albergo».

**Elusione** La formazione obbligatoria è, quindi, un traino per l'e-learning. «Sì, ma c'è anche l'altra faccia della medaglia», osserva D'Agostino. «E cioè che, per molti, la formazione quando è un obbligo di legge non è altro che un'incombenza da evadere. Solitamente, il 10% sceglie una formazione finalizzata all'approfondimento, mentre il 90% vola basso, privilegiando soluzioni low cost».





#### Incombenza

«Per molti la formazione, quando è un obbligo di legge non è altro che un' incombenza», sostiene Paolo D'Agostino, responsabile di Assilearning. «Solitamente, il 10% sceglie una formazione finalizzata all'approfondimento, mentre il 90% vola basso, privilegiando soluzioni low cost».

Quindi, programmi di e-learning molto semplici? «Diciamo che, in un modo o nell'altro, tutte le compagnie hanno realizzato una piattaforma per le 15 ore on line. Mentre sulle 15 ore in aula, l'Isvap prevede che gli «agenti possono tenere corsi di formazione e di aggiornamento professionale purché siano in possesso di un elevato livello di conoscenza della materia assicurativa». E questo chiarimento «presta il fianco a interpretazioni più o meno estese». «Qualche volta, la certificazione del monte ore frequentato durante i 12 mesi è un po' generosa», concorda **Giorgio Cimagalli**, presidente di Cesform. «E, così, vengono considerate "formazione" le riunioni, gli incontri, persino il convegno annuale». «E non solo», aggiunge **Francesco Gatto**, responsabile di Cuoia Finance, unità di business di Cuoia che presidia i settori bancario e assicurativo dell'Isvap: «Di fronte agli obblighi, molte assicurazioni hanno adottato anche soluzioni tradizionali. E cioè corposi manuali cartacei, cioè soluzioni non evolute».

**Resistenze** Insomma: sembrerebbe di capire che, se non ci fosse la formazione

#### Certificazione generosa

«Qualche volta, la certificazione del monte ore frequentato durante i 12 mesi è un po' generosa», sostiene **Giorgio Cimagalli**, presidente di Cesform. «E, così, vengono considerate "formazione" le riunioni, gli incontri, persino il convegno annuale».

on line, l'elusione sarebbe molto più alta.

«Sicuramente. Anche perché c'è il discorso della verifica, richiesta dalla normativa». E gli intermediari? Come la prendono? «Fino a tre anni fa, gli agenti erano piuttosto resistenti, dice Cimagalli. «Volevano il corso in aula. Adesso invece c'è l'atteggiamento opposto. L'agente vuole l'aggiornamento on line. Ha capito che, in questo modo, riesce a qualificare i propri collaboratori, perché può scegliere corsi diversi, e percorsi formativi differenti». Differente l'opinione di Gatto: «Il singolo agente, come anche molti professionisti, non è ancora abituato a un tipo di formazione a distanza. Si tratta di una situazione comune anche ad altre figure professionali, è vero, ma gli intermediari, come del resto i promotori, non sono particolarmente sensibili e allenati. Così, le compagnie cercano di favorire modelli formativi di tipo *blended*: non per niente, volendo effettuare una stima a spanne, oltre il 60% è ancora gestito in aula fisica». Un compromesso, insomma. «Intendiamoci», avverte Gatto, «le compagnie comprendono che la formazione on line porta una notevole ottimizzazione dei costi; tuttavia, realizzare un modello di e-learning con una multimedialità spinta rappresenta un costo iniziale importante. Perché un conto è predisporre un corso statico, un conto organizzarlo con animazione, tecniche multimediali di qualità e grafiche accattivanti. In un periodo di restrizione economica e budget ridimensionati, è difficile fare un discorso di qualità. Così, le compagnie rimandano, oppure ricorrono a modelli più tradizionali e tendenzialmente meno efficaci».

«Sì, è vero, qualche resistenza c'è ancora», aggiunge Cimagalli. «Ma non mancano esempi virtuosi. Da un lato è vero che, psicologicamente, la formazione è vista come qualcosa di obbligatorio; però ci sono già agenti che superano il monte ore



#### Costi alti

«Le compagnie comprendono che la formazione on line porta una notevole ottimizzazione dei costi; tuttavia, realizzare un modello di e-learning con una multimedialità spinta rappresenta un costo iniziale importante», dice **Francesco Gatto**, responsabile di Cuoia Finance.

previsto dalla normativa. Un altro esempio: fino al 2004, fornivamo più aula che on line. Ora la Fad è al 95% dei corsi erogati. E il futuro non può che accrescere questa tendenza».

**Argomenti più trattati** Ma quali sono gli argomenti più adatti alla formazione on line?

«Di solito, le materie di tipo procedurale, piuttosto che prodotti, sicurezza o adempimenti, privacy, antiriciclaggio. Se pensiamo invece a interventi che hanno una valenza strategica più rilevante (come, per esempio, la formazione manageriale), la formazione in aula è ancora la più indicata, perché queste materie presuppongono un confronto tra i corsisti, oltre che prove di laboratorio».

Da queste dichiarazioni si comprende bene il motivo per cui le società specializzate nella formazione on line si rapportino soprattutto con gli intermediari. «Sì, sono poche le compagnie nostre clienti», dice Cimagalli. «I corsi interni sono in calo, e comunque vengono organizzati in casa, anche perché riguardano essenzialmente aspetti legati al prodotto. Poco, invece, è fatto per l'accrescimento tecnico-culturale o la gestione di impresa».

«AssiLearning stringe convenzioni con le associazioni di categoria», spiega D'Agostino. «Utilizziamo sia piattaforme di e-learning, sia di videoconferenza». Cuoia, a quanto sostiene Gatto, lavora anche «con compagnie, ma soprattutto con singoli agenti: con questi ultimi ha realizzato corsi blended, con video-lezioni che prevedono interventi del docente in webcam».