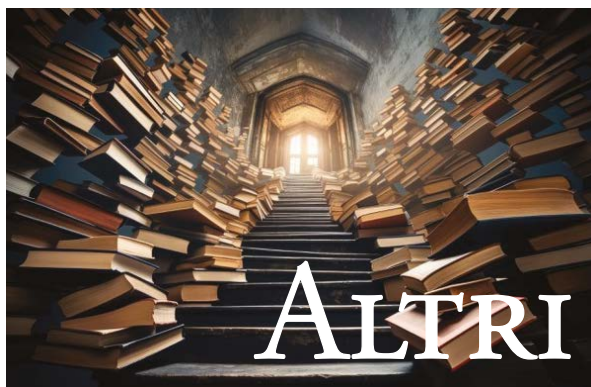




di Anna
Fasoli



ALTRI ORIZZONTI FUTURO (ANTERIORE)

È una delle tante eccezioni che la nostra grammatica contempla. Da sempre scatena panico a scuola e solleva, invece, un vago disorientamento da adulti, abituati come siamo a distinguere il flusso cronologico in via lineare.

Il futuro anteriore scombina le coordinate. Perché innesta un pensiero passato nell'ambito del futuro. Ma che cosa c'entra con noi, noi assicuratori da sempre proiettati a considerare l'orizzonte temporale di fronte, quello aleatorio, di rischio previsto, prevedibile, immaginato?

Ebbene, sono persuasa che, se è vero che l'assicurazione si occupa di futuro, si debbano però mettere in essere alcune cautele perché non si trasformi in futuro anteriore.

Come? Prestando attenzione a ciò che di nuovo si muove attorno, accanto, non necessariamente parte consustanziale dell'universo professionale che ci appartiene eppure di rilievo.

Mi riferisco alle innovazioni, alle abitudini che si diffondono e prendono piede nel mondo comune, nelle pratiche quotidiane.

Insomma, se dimentichiamo di analizzare e soppesare con la dovuta cautela quello che muta nel contesto sociale, ci troveremo a non sapere più di che cosa davvero hanno bisogno i nostri clienti.

L'AI, le pratiche di comunicazione mutate, l'attenzione ai commenti sui social, le valutazioni su Google: tutti aspetti che spostano le priorità, che modificano i driver di scelta. E ancora: la necessità di risposte immediate, di un filo di scambi che non s'interrompa.

Si badi: non si tratta "soltanto" di tecnologia. Non sono "solo" strumenti.

Invece sono elementi che si intrecciano nel tradurre, sotto forma di bisogni, qualche volta davvero impellenti, quell'universo di valori, priorità e attese

che ciascuno di noi ha dentro di sé e che, a dispetto di una comunicazione ipertrofica, resta invece nascosto nei dettagli.

Nel nostro mestiere, oggi più che mai, si impone allora come prioritario un ascolto attivo verso le tematiche che "aggrediscono" soprattutto le paure, come quella dei furti in casa, ma anche di una sanità che non può più essere delegata allo Stato, i conti da far quadrare, il bisogno di essere orientati, che non significa mai, però, sostituiti o resi passivi, da frasi come "lasci fare a me, che è il mio lavoro".

Un'interazione, e integrazione, una specie quasi di collaborazione che emerge anche all'atto di gestire eventi di danno, con l'iter connesso.

C'è, insomma, per noi, che ci teniamo a lasciare il futuro come voce primaria nell'agenda, la necessità di metterci in gioco esattamente sul piano della relazione, che passa attraverso la comunicazione.

Ma una comunicazione bi-direzionale, non solo noi che diciamo e loro che ascoltano.

Se è vero che le ricerche che vengono fatte online una matrice comune ce l'hanno, è che accanto al "cosa", dunque alla parte più logica di una tematica, si attendono un "come" che annulli la verticalità sul piano umano dello scambio.

E più si va verso le generazioni nuove, maggiore è quest'esigenza. Al punto che anche ai chatbot si chiede una risposta "affettiva", ovvero, secondo la radice etimologica, che viene dal latino tardo *affectivus*, derivato dal verbo *afficere*: 'impressionare'. Affettivo come capacità di lasciare nell'altro qualcosa che si imprime, dunque che incide.

Incidendo, consente infine di prendere una decisione.

Una decisione che convince e che sarà volano.

Vola di un futuro vero e proprio. Che saprà essere tale, e non anteriore.

© Riproduzione riservata