

ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΟ

# ΝΑΙ

ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΤΟΥ ΑΣΦΑΛΙΣΤΗ

Μήνυμα  
του Πατριάρχη  
Σαβήλου  
για όλους μας

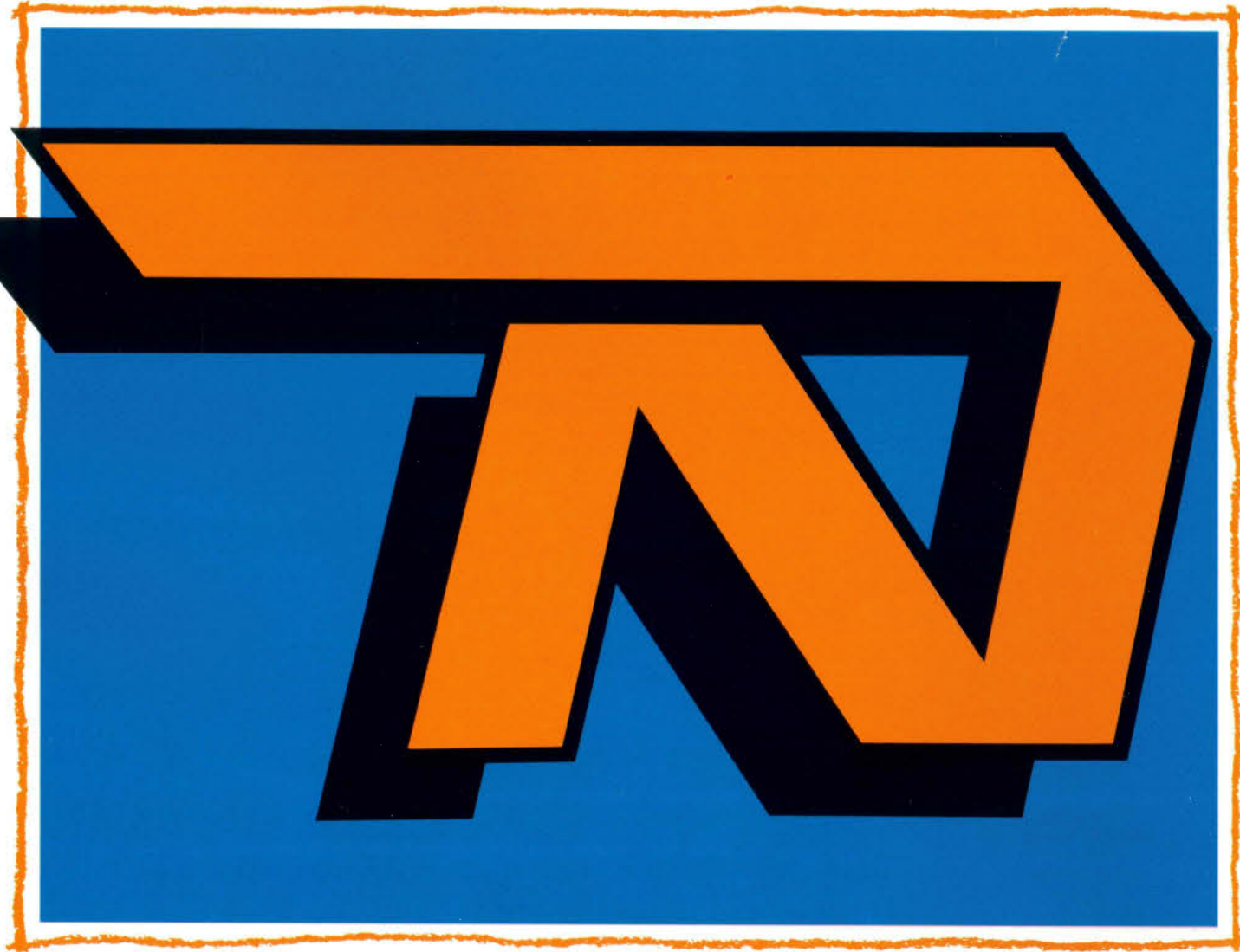
■ ΓΙΑΤΙ ΜΑΝΑΓΕΡ  
ΕΝΟΣ ΣΤΙΛΟ  
ΚΑΙ ΟΧΙ ΕΝΟΣ ΛΕΠΤΟΥ;

■ ΤΙ ΘΑ ΕΚΑΝΑΝ  
ΟΙ ΑΣΦΑΛΙΣΤΕΣ  
ΑΝ ΕΙΧΑΝ ΧΡΟΝΟ;

Γ. ΒΕΡΝΙΚΟΣ:

**ΤΑΞΙΔΕΨΤΕ ΣΤΗΝ ΕΠΙΤΥΧΙΑ  
ΚΑΝΟΝΤΑΣ ΤΗΝ ΦΑΝΤΑΣΙΑ ΠΡΑΞΗ!**

2 Σημαντικές συνεντεύξεις!  
ΣΤΕΛΙΟΣ ΦΟΥΡΛΗΣ  
ΣΟΦΙΑ ΡΑΤΣΙΑΤΟΥ



## 9 τρισεκατομμύρια κεφάλαια και αποθεματικά, στη γλώσσα των αριθμών σημαίνει Nationale-Nederlanden.

Με 9 τρισεκατομμύρια δρχ. κεφάλαια και αποθεματικά σε όλο τον κόσμο, εκατομμύρια ασφαλισμένοι στη Nationale-Nederlanden νιώθουν ασφάλεια στη ζωή τους! Σ' αυτό το ιλιγγιώδες ποσόν, προσθέστε περισσότερες από 700 εταιρίες σε όλο τον κόσμο. Για την Ελλάδα, συνυπολογίστε 8,5 δισεκατομμύρια δραχμές σε ασφάλιστρα και 65% ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης το 1990... Είναι φανερό ότι η γλώσσα των αριθμών εξηγεί καλύτερα πού οφείλεται η απίστευτη ανοδική πορεία της Nationale-Nederlanden στην Ελλάδα, όπως και σε όλο τον κόσμο.



**Nationale-Nederlanden**

**εγγύηση για το παρόν και το μέλλον**

ΚΕΦΑΛΑΙΑ ΚΑΙ ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΑ ΤΟΥ ΟΜΙΛΟΥ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΤΗΣ NATIONALE-NEDERLANDEN 9 ΤΡΙΣΕΚΑΤΟΜΜΥΡΙΑ ΔΡΧ.

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Τεύχος 14

11-12/1991

# ΝΑΙ

ΤΟ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΤΟΥ ΑΣΦΑΛΙΣΤΗ

### 12: ΠΩΣ ΒΛΕΠΕΤΕ ΤΟ 1992;

Μιλάνε ασφαλιστές, managers, επιχειρηματίες, γενικοί διευθυντές για το τι σημαίνει 1992.

### 26: Ο ΧΕΙΜΩΝΑΣ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΑ

Ένας άλλος δρόμος επικοινωνίας για την ανακάλυψη αυτών που είναι δίπλα μας.

### 20: Ο ΓΙΩΡΓΟΣ ΒΕΡΝΙΚΟΣ

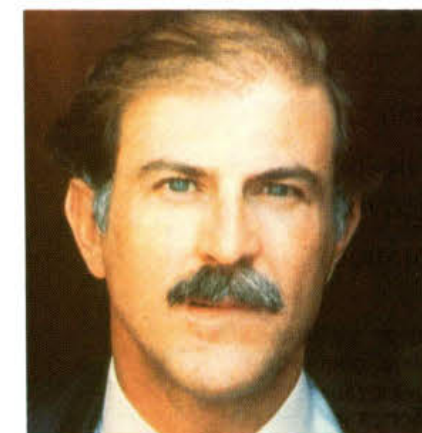
Εφοπλιστής, μιλά για την επιτυχία, για τον Δ. Κοντομηνά, τα Yachting και πότε δεν πρέπει να πλησιάζουν πελάτες οι ασφαλιστές.

### 64: Ο ΣΤΕΛΙΟΣ ΦΟΥΡΛΗΣ

Δ/νων Σύμβουλος της INITIATIVE MEDIA ATHENS δίνει συνέντευξη για τα μέσα επικοινωνίας, διαφήμισης και ασφαλιστές.



94 / Η ΜΕΓΑΛΗ ΠΡΩΤΑΓΩΝΙΣΤΡΙΑ ΤΟΥ 1991



20 / Γ. ΒΕΡΝΙΚΟΣ



64 / ΣΤ. ΦΟΥΡΛΗΣ



10 / Σ. ΡΑΤΣΙΑΤΟΥ

<b>ΣΥΝΕΔΡΙΑ:</b> Ετήσιο συνέδριο ομίλου INTERAMERICAN .....	22
<b>ΕΠΙΛΟΓΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ:</b> Συνέντευξη του Αριστοτέλη Καντά .....	30
<b>ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ:</b> Το παλιό και το καινούργιο μαζί = 2 σ' 1 .....	36
<b>ΘΕΜΑΤΑ:</b> Ισλαμικό φαινόμενο - Δημογραφικό πρόβλημα .....	38
<b>ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ:</b> Διαφημίζοντας καλούς σκοπούς .....	42
<b>ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ:</b> Έχουν χρόνο οι ασφαλιστές: .....	46
<b>ΕΤΑΙΡΙΕΣ:</b> 63 χρόνια Φοίνικας - 8ο Πανελλήνιο Συνέδριο .....	52
<b>ΠΩΛΗΣΕΙΣ:</b> Τι κάνετε όταν ακούτε; .....	58
<b>ΜΕ ΜΙΑ ΜΑΤΙΑ:</b> Οικονομικά νέα γραμμένα για ασφαλιστές .....	62
<b>ΝΟΜΟΙ:</b> Παραπλανητική και αθέμιτη διαφήμιση .....	67
<b>ΥΓΙΕΙΑ:</b> Χοληστερίνη και υγεία .....	70
<b>UNDERWRITING:</b> Η διαδικασία του underwriting και ο ρόλος του ασφαλιστή ...	72
<b>MANAGEMENT:</b> Ο Manager του ενός στιλό και όχι του ενός λεπτού .....	78
<b>ΛΟΓΟΤΕΧΝΙΑ:</b> Με τον τρόπο του Γ.Σ. ....	84

### ΜΟΝΙΜΕΣ ΣΤΗΛΕΣ

<b>ΓΡΑΜΜΑΤΑ ΣΤΟ ΝΑΙ:</b> .....	4	<b>ΕΙΔΗΣΕΙΣ:</b> .....	86
<b>ΓΡΑΜΜΑ ΤΟΥ ΕΚΔΟΤΗ:</b> .....	9	<b>ΟΙΚΟΛΟΓΙΑ:</b> .....	96

**Η ΟΜΑΔΑ ΣΥΝΕΡΓΑΤΩΝ ΤΟΥ ΝΑΙ  
ΕΥΧΕΤΑΙ ΣΤΟΥΣ ΑΣΦΑΛΙΣΤΕΣ ΜΑΣ  
ΚΑΛΟ 1992**

ΣΑΣ ΠΡΟΣΦΕΡΟΥΜΕ ΤΗΝ

# ΠΛΗΡΕΣΤΕΡΗ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΗ ΕΠΙΛΟΓΗ

## ΣΤΑΘΕΡΟ

## ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ

# ΑΜΟΙΒΑΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ INTERAMERICAN

**Ε**πενδύστε σε ένα από τα ΑΜΟΙΒΑΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ INTERAMERICAN: ΣΤΑΘΕΡΟ, ΔΥΝΑΜΙΚΟ, ΕΛΛΗΝΙΚΟ ή στον καλύτερο για σας συνδυασμό τους. Αξιοποιήστε τα χρήματά σας με τον πλιό ολοκληρωμένο

τρόπο, στην Ελλάδα και το εξωτερικό. Εύκολα και αποδοτικά! Επειδή κανένα αμοιβαίο κεφάλαιο δεν έχει εγγυημένη απόδοση, γι' αυτό η πληρέστερη επενδυτική επιλογή σας είναι ΑΜΟΙΒΑΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ INTERAMERICAN.

## ΑΜΟΙΒΑΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ INTERAMERICAN

*η Ολοκληρωμένη  
Επένδυση*

Παρακαλώ ενημερώστε με αναλυτικά για τα ΑΜΟΙΒΑΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ INTERAMERICAN

ΟΝΟΜΑ: \_\_\_\_\_

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ ΤΗΛ. \_\_\_\_\_

Στείλτε μας σήμερα αυτό το κουπόνι στη διεύθυνση MARKETING της INTERTRUST Λεωφ. Κηφισίας 117 & Αγ. Κων/νου 59-61, 151 80 Μαρούσι

ΑΜΟΙΒΑΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ INTERAMERICAN  
ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΦΕΚ 1806 7-6-89 ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΦΕΚ 333Β 20-5-91 ΣΤΑΘΕΡΟ ΦΕΚ 850Β 17-10-91

Γράμματα

# ΝΑΙ

Όθωνος 6, Αθήνα 105 57  
ΤΗΛ: 3229973, 8067181  
FAX: 3221525

### Το ΝΑΙ δημιουργεί επαγγελματική συνείδηση!

Προς «ΤΟ» ασφαλιστικό περιοδικό «ΝΑΙ»

Αγαπητέ κύριε Σπύρου.

Μετά από ΜΕΛΕΤΗ όλων των τευχών του περιοδικού «ΝΑΙ» μέχρι σήμερα, έρχομαι μ' αυτή μου την επιστολή να σας πω ένα μεγάλο ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ!

Το περιοδικό σας, όχι μόνο ενημερώνει αλλά και μορφώνει και δημιουργεί ασφαλιστική και επαγγελματική συνείδηση, στο χώρο μας.

Και ο ασφαλιστικός χώρος, αυτό, το έχει ανάγκη.

Συνεχίστε την προσπάθεια και όλοι οι συνάδελφοι είναι σίγουρο ότι είναι μαζί σας.

ΣΥΓΧΑΡΗΤΗΡΙΑ!

**Αναστάσης Πυχαρίδης**  
Συντονιστής - Manager  
Δ/ντης Υποκ/τος Ομόνοιας  
AGF - KOSMOS

### Το ΝΑΙ ουσιαστικό και περιεκτικό!

Κε ΣΠΥΡΟΥ

Παρότι πιστεύω ότι τα συγχαρητήρια είναι πολύ φτωχά για ν' αποδώσουν αυτό που νιώθω και αξίζετε φυσικά, παρακαλώ δεχτείτε τα μαζί με τους φιλικούς χαιρετισμούς μου και τη διαβεβαίωση ότι ο ενθουσιασμός μου θα είναι μεταδοτικός προς όλες τις κατευθύνσεις γι' αυτό το τόσο ουσιαστικό και περιεκτικό σε ύλη περιοδικό σας.

Φιλικότατα  
Τσιορμπατζίδης Θεολόγης

### Μία ισχυρή ενθάρρυνση... αμφίδρομη!

26/11/1991

Φίλε Βαγγέλη,

Η παρουσία σου στα εγκαίνια των νέων κτιριακών εγκαταστάσεων της Εταιρίας μας υπήρξε, τόσο για τον Πρόεδρο και Διευθύνοντα Σύμβουλο του Ομίλου μας κ. Δ. Κοντομηνά και τους ανθρώπους της INTERAMERICAN όσο και για μένα προσωπικά, πηγή χαράς και ικανοποίησης.

Η δε παρουσίαση που μας έκανες στο

περιοδικό καθώς και τα κολακευτικά σχόλιά σου ήταν ισχυρή ενθάρρυνση του έργου μας και επιβεβαίωση των αγαθών προθέσεών σου γι' αυτό.

Παρακαλώ να δεχθείς τις πιο θερμές μου ευχαριστίες μαζί με τις εγκάρδιες και



ειλικρινείς ευχές μου για προσωπική ευτυχία καθώς και για επιτυχή διεξαγωγή του ανεκτίμητου έργου σου και της προσφοράς σου στον ασφαλιστικό κόσμο.

Με εκτίμηση  
Σωτήρης Μ. Τζούμας

### Γυναίκα - Ασφάλιση

Αγαπητέ κύριε Σπύρου αισθάνομαι την ανάγκη, μαζί με το θαυμασμό μου για τη σοβαρή δουλειά που κάνετε, να σας εκφράσω τα θερμά μου συγχαρητήρια για την πρωτότυπη προσφορά σας στη γυναίκα -ασφαλίστρια αλλά και στο θέμα «ασφάλιση» με την Ημερίδα που οργανώσατε το Σεπτέμβριο με θέμα: «ΓΥΝΑΙΚΑ - ΑΣΦΑΛΙΣΗ».

Τα συμπεράσματα της Ημερίδας είναι βέβαιο ότι θα βοηθήσουν σημαντικά την περαιτέρω πορεία της Ελληνίδας ασφαλίστριας, ενώ οι υποδείξεις σας προς την Πολιτεία πρέπει να αποτελέσουν πυξίδα για το νομοθέτη, που θα πρέπει να κάνει την ισότητα πράξη και στον τομέα της ασφάλισης.

Θέλω ακόμη να τονίσω αυτό που προέκυψε από τη γόνιμη αυτή Ημερίδα πως η

συμβολή της Ελληνίδας ασφαλίστριας στον ευαίσθητο χώρο των ασφαλειών, καθώς πλέον μπαίνουμε στην ενιαία ευρωπαϊκή αγορά και με τα τεράστια περιθώρια στην ελληνική ασφαλιστική αγορά θα είναι σημαντική. Γιατί ο χώρος των ασφαλειών, και δη των ασφαλειών ζωής επηρεάζεται αφάνταστα από τις γυναίκες ευαισθησίες κατά πως κατέληξε η κυρία Σύεδρος: «Δουλειά σημαίνει να δίνεις σε όλα τα πράγματα ανάσα από το δικό σου νόημα, σε μια ανάσα από το πνεύμα σου».

Σας ευχαριστώ  
**Ειρήνη Δορκοφίκη**  
Πρόεδρος της Ιονικής  
Ασφαλιστικής Ζωής  
Αντιπρόεδρος Δ.Σ. Ένωσης Ελληνικών  
Ασφαλιστικών Εταιριών Ελλάδος

### Συγχαρητήρια!

Ηράκλειο 25/12/91

Κύριε Σπύρου

Πριν λίγες ημέρες έτυχε να διαβάσω το περιοδικό σας. Ομολογώ πως με κατέπληξε!!! Είναι το περιοδικό που ζητάει ο κάθε ασφαλιστής.

Με την ευκαιρία των εορτών των Χριστουγέννων και της Πρωτοχρονιάς σας εύχομαι υγεία, χαρά και δύναμη στο έργο που επιτελείτε.

Με εκτίμηση  
Δημήτριος Γ. Τριανταφύλλου  
Ασφαλιστικός Σύμβουλος

### Πανελ. Σύλλογος Εργαζομένων στην Αγροτική Ζωής

Αγαπητέ κ. ΣΠΥΡΟΥ

Εκ μέρους των εργαζομένων στην ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΖΩΗΣ το Δ.Σ. του Συλλόγου σας εκφράζει τις θερμές ευχαριστίες του, για τη θετική παρουσία σας στο Ε' Συνέδριο του Διοικητικού προσωπικού της Εταιρίας μας.

Με τιμή  
για το Διοικητικό Συμβούλιο  
Ο Πρόεδρος  
Δ. Βαρδακαστάνης  
Ο Γεν. Γραμματέας  
Κ. Καλλέργης

# Η Ορθοδοξία είναι ασφάλεια και ζωή για την Ελλάδα

**Α**πειθυνόμενοι το πρώτον επί τη μεγάλη ταύτη των Χριστουγέννων εορτή προς πάντας τους αγαπητούς εν Χριστώ αδελφούς και συλλειτουργούς και τα απανταχού προσφιλή της Εκκλησίας τέκνα, αφ' ης η άρρητος βουλή του Παναγάρχου Θεού εκάλεισεν την ημετέραν Μετριότητα επί την παλαιάταυ ταύτην και πρωτόθρονον των Ορθόδοξων Καθέδρων, ουδένα άλλον χαριετισμόν ηγούμεθα αρμοδιότερον από τον θεοδιδάκτον εκείνον των αγγέλλων ύμνον:

**«Δόξα εν υψίστοις Θεώ/και επί γης ειρήνη/εν ανθρώποις ευδοκία» (Λουκ. 2, 14)**

Ο ύμνος ούτος ο θεσπέσιος όχι μόνο καταγγέλλει κατά τον πλέον αδιάμφευστον τρόπον τον βαθύτερον σκοπόν του αρρήτου και απειροήτου και όντως φρικτού Μυστηρίου της κατά σάρκα οικονομίας του Θεού, αλλά συγχρόνως κρίνει ανέκαθεν και θα κρίνη εις το διηνεκές την παγκόσμιον ανθρωπίνην Ιστορίαν.

Ιδιαίτα δε θα κρίνη αισιγήτως τόσο την θεολογίαν όσον και την ηθικήν ημών των χριστιανών εν τω κόσμω, ως φορέαν και κληρονόμων της πλήρους Θείας Αποκαλύψεως, και δια τούτο ακριβώς περισσότερον υπευθύνων πάντων των άλλων δια τα εν κόσμω πράγματα μετά Χριστόν.

Ουδεμία υπάρχει αμφιβολία ότι εάν διά της Ενανθρωπήσεως του Κυρίου δοξάζεται ο εν υψίστοις Θεός κατά το μέτρον το οποίον τελειούται και θεούται ο επί γης άνθρωπος, είναι προφανές ότι εις τον αγγελικόν ύμνον των Χριστουγέννων έχομεν δεδομένην συνεπιγμένης την αρραγή βάση της αληθούς θεολογίας, συγχρόνως δε και της συναφούς προς αυτήν χριστιανικής ανθρωπολογίας και ηθικής.

Εις μιαν εποχήν ως η σημερινή, εποχήν επικινδύνων παρεμβάσεων του ανθρώπου όχι μόνον εις τα εξωτερικά γεγονότα του συλλογικού ιστορικού βίου και εις την φυσικήν δημιουργίαν, αλλά και εις το άδυτον της ανθρωπίνης ψυχής, διά των πειραματισμών της επιστήμης επί των γονιδίων και της καθόλου γενετικής, πρέπει να τονίσωμεν υπευθύνως ως Εκκλησία ότι η θεολογία του Εμμανουήλ, του «μεθ' ημών ο Θεός», σημαίνει βασικώς δύο τινά υψίστης σπουδαιότητας διά τον κόσμον:

Πρώτον, σεβασμόν του όλου ανθρώπου, κατ' επέκτασιν δε και ολοκληρου του φυσικού περιβάλλοντος, διότι είναι προφανές ότι περιβάλλον και περιβαλλόμενος ευρίσκονται εις άμεσον και διακρή αλληλεπίδρασιν.

Δεύτερον, σεβασμόν όλων των ανθρώπων, ανεξαρτήτως φυλής, φύλου, θρησκεύματος, ιδεολογίας ή άλλων κατά κόσμον διακρίσεων, εφόσον υπέρ πάντων ενηνηθώπησε και διά πάντας εσταυρώθη ο τα πάντα κτίσας Θεός.

Βάσει των δύο τούτων συγκεκριμένων αρχών, αι οποίαι προφανώς έχουσι θέσιν κεντρικών θεολογικών αξιωμάτων του Χριστιανισμού, πρέπει να ανακρίνεται και να αποτιμάται πάντοτε ο βίος και η πολιτεία των χριστιανών εν τω κόσμω, τόσο ως επί μέρους ατόμων, όσον και ως συντε-

*Μήνυμα του Πατριάρχου  
+ Βαρθολομαίου  
για τα Χριστούγεννα*



ταγμένων εκκλησιαστικών, κοινωνικών ή εθνικών συνόλων.

Είναι δε ιδιαίτέρως επιβεβλημένον και χρήσιμον να υπογραμμισθούν μετ' εμφάσεως αι αξιωματικά αυτά αλήθειαι σήμερα, και μάλιστα επί τη μεγάλη εορτή των Χριστουγέννων, διότι ακριβώς αι κοινωνικοπολιτικά εξελίξεις του τελευταίου καιρού, όχι μόνον εις τας χώρας του τέως «σιδηρού παραπετάσματος», αλλά και εν Δυτική Ευρώπη και εις ολόκληρον τον κόσμον, έχουσι δημιουργήσει νέας δυνατότητας προβολής και επαληθεύσεως των θεμελιωδών χριστιανικών θέσεων, από την αποτελεσματικότητα των οποίων θα κρίνη η λοιπή ανθρωπότης και την εν γένει αξιοπιστίαν του όλου πνευματικού και κοινωνικού μηνύματος των Χριστουγέννων.

Υποχρεούμεθα, λοιπόν, εν τη πράξει και τη καθημερινή βιοπάλη, να διδώμεν και μάλιστα πρωτίστως δια του σιωπηρού παραδείγματός μας, ότι πιστεύομεν εις Θεόν ζώντα-κτίστην, προνοητήν και κυβερνήτην του παντός, ανταποδίδοντα εκάστω κατά το φρόνημα και το έργον αυτού — και ότι ταύτα πιστεύοντες και βιούντες είναι αδύνατον να συμβιβασθώμεν με πίστην εις αβεβαίω τινά, απρόσωπον και αδιάφορον έναντι του κόσμου και των εν κόσμω, «δύναμιν».

Οφείλομεν ωσαύτως να πείσωμεν τους μεθ' ημών και περί ημάς πιστούς ή αδιαφόρους, ότι ο υψ' ημών λατρευόμενος θεός —ως ο ενανθρωπήσας Εμμανουήλ— δεν είναι νοητός άνευ του «πληρώματος χάριτος και αληθείας» (Ιωάν. 1, 14), το οποίον απεκάλυψε διά παντός ο δι' ημάς σαρκωθείς Υιός και Λόγος του Θεού εν τω κόσμω, και ότι συνεπώς ο κόσμος δεν είναι δυνατόν να στερηθεί των τοιούτων άνωθεν χαρισμάτων.

Η «χάρις» επομένως και η «αλήθεια», των οποίων το πλήρωμα απεκάλυπεν ως σωτήριο

παρακαταθήκην υπέρ πάντων ο ενανθρωπήσας Θεός, δεν επιτρέπουσι οιονδήτινα ακρωτηριασμόν του κόσμου και του ανθρώπου, ούτε οιονδήτινα παραπλάνησιν ή εξαπάτησιν. Δια τούτο όσοι ετόλμησαν να προσβάλουν καθ' οιονδήτινα τρόπον τα ιερά ταύτα δικαιώματα του ανθρώπου και του κτιστού κόσμου γενικώτερον, απεκαλύφθησαν αργά ή γρήγορα και απεδοκιμάσθησαν, παραδοθέντες εις την δικαίαν κρίσιν του Θεού, αλλά και εις την κατασχύνην και περιφρόνησιν πάντων, και όχι μόνο των κατά καιρούς αδικηθέντων.

Όλα, λοιπόν, τα προβλήματα, τα οποία ευρίσκονται εν εξάρσει επί του παρόντος, είτε ταύτα αφορούν εις την αυτοδιάθεσιν, την ανεξαρτησίαν, την εδαφικήν ακεραιότητα, τας εθνικάς μειονότητας ή τους πρόσφυγας εις τας χώρας του καταρρεύσαντος «σιδηρού παραπετάσματος» και αλλαχού, είτε αναφέρονται εις τας οικονομικάς, τας πολιτισμικάς και πολιτικές ισορροπίας εντός της διαμορφουμένης «Ηνωμένης Ευρώπης», είτε ακόμη προκύπτουν από την παγκόσμιον αθλιότητα ως εκ των φαινομένων του διαρκώς ογκουμένου εις πολλάς περιοχάς της γης υποσιτισμού, της τρομοκρατίας ή των ανιάτων ασθενειών, πρέπει απαραίτητως να κριθούν και επιλυθούν με γνώμονα την «χάριν και την αλήθειαν» που απεκάλυψε δι' όλους ο ενανθρωπήσας Θεός.

Τούτο σημαίνει ότι δια την ριζικήν θεραπείαν των μνημονευθέντων δεινών του συγχρόνου κόσμου και ανθρώπου δέον να υπερβώμεν, άρχοντες και αρχόμενοι, το μέχρι τούδε εν πολλοίς και παρά πολλών ποικιλοτρόπως αναπτυχθέντων ιδανικών ενός στείρου ανθρωπισμού χωρίς Θεόν, διότι όπου παραθεωρείται ο Θεός, εκεί δεν θεωρείται ποτέ εν τη ολοκληρία του και ο άνθρωπος.

Τα προβλήματά μας, ως εκ τούτου, δεν είναι δυνατόν να αντιμετωπισθούν μόνον από την οικονομικήν, την κοινωνικήν ή την πολιτικήν αυτών όψιν, αλλά και το ηθικόν και θρησκευτικόν βάθος των, το οποίον εξασφαλίζει την απαραίτητον ισορροπίαν, ώστε να υπάρξη ειρήνη και ευδοκία μεταξύ των ανθρώπων, τα πνευματικά δηλαδή ακριβώς εκείνα αγαθά, τα οποία ύμνησαν οι άγγελοι την νύκτα των Χριστουγέννων, και έκτοτε τα επιζητεί συνεχώς η ταλαίπωρος ανθρωπότης, δυστυχώς επί ματαίω, εφόσον τα αναζητεί εις «φρεάρ συντετριμμένων».

Είθε κατά το επί θύραις Νέον Έτος η παγκόσμιος κοινότης να ευρεθής περισσότερον κατηλλαγμένη προς εαυτήν και προς τον περιβάλλοντ αυτήν φυσικόν κόσμον, ώστε η ειρήνη και η ευδοκία του Θεού να παύση να είναι απλησίαστος ουτοπία.

Η χάρις του εν Βηθλεέμ Τεχθέντος Σωτήρος Χριστού μετά της αφ' ημών Πατριαρχικής ευχής και ευλογίας ειη μετά πάντων υμών, τέκνα κατά πνεύμα περιπόθητα.

**Χριστούγεννα 1991  
+ Ο Κωνσταντινουπόλεως  
διάπυρος προς Θεόν ευχέτης  
πάντων υμών**

**EPOCA**

Νέα σειρά χαρτοφύλακες



**DELSEY**  
PARIS

# Και στις φουρτούνες κοντά σου!



Ασφαλίζουμε σκάφη αλιευτικής δραστηριότητας καθαρά επαγγελματικά. Διαμεσολαβούμε στην ασφάλιση σκαφών Εμπορικού στόλου - Ακτοπλοΐας και παρέχουμε ασφαλιστική κάλυψη για ατύχημα και ασθένεια στα πληρώματα όλων των ανωτέρω σκαφών.

Καλύπτουμε κινδύνους:

**Θάλασας  
Πολέμου  
Ενυπόθηκου Δανειστή  
Ναυπηγείου  
Λιμένος**



**ΑΓΡΟΤΙΚΗ  
ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΗ**  
ΚΟΝΤΑ ΣΑΣ ΟΤΙ ΚΙ ΑΝ ΤΥΧΕΙ

## Το ενωτικό (-) που φέρνει αλλαγές στις ασφαλιστικές εταιρίες!

Πώς με την αλλαγή άρθρων στα καταστατικά αλλάζει σιγά-σιγά και ο προσανατολισμός των ασφαλιστών



**Τ**ο ενωτικό σημάδι (-) της Γραμματικής που βάζουμε σε δύο πόλεις που συνδέουμε π.χ. Εθνική οδός Αθηνών-Λαμίας ή μεταξύ δύο ιδιοτήτων κάποιου π.χ. εκπαιδευτικός-συγγραφέας ή μεταξύ δύο επωνύμων ή δύο συνεταιριών π.χ. Μηναΐδης-Φωτιάδης, εμφανίσθηκε πολλές φορές τα τελευταία χρόνια στο χώρο των ασφαλιστικών εταιριών. Έτσι το ενωτικό (-) μπήκε σε ταμπέλες και επιστολόχαρτα πολλών εταιριών συνεταιριών όπως π.χ. (AGF-KOSMOS), (INTERAMERICAN-UAR), (AEGON-ΑΣΠΙΣ ΠΡΟΝΟΙΑ), (ΟΛΥΜΠΙΑΚΗ-VICTORIA), (ΑΤΛΑΝΤΙΚΗ ΕΝΩΣΗ-BALOISE-DEUTSCHER RING), (AACHENER UND MUNCHENER-INTERNATIONAL HELLAS), (ΗΛΙΟΣ-NORWICH-PROVINGIAL), (N-N), (LE MAN VIE-ΕΛΛΗΝΙΚΟΝ ΛΛΟΥΔ) κ.λπ.

### Αλλαγές στα Δ.Σ.

Μαζί με το ενωτικό (-) στα διοικητικά Συμβούλια διπλά-δίπλα προστέθηκαν ξένα επώνυμα και αφαιρέθηκαν Ελληνικά. Γάλλοι, Άγγλοι, Ιταλοί, Γερμανοί, Ολλανδοί, έβαλαν υπογραφές σε νέες αποφάσεις, εγκυκλίους και προγραμματισμούς: Dick van Lith (ΑΣΠΙΣ ΠΡΟΝΟΙΑ) Roberto Cavazzi (Allianz, Montalembert (INTERAMERICAN & CONTINENTAL), J.H. Holsboer (N-N), M. Hart (ΗΛΙΟΣ) R. Vergna (ΕΜΠΟΡΙΚΗ), G. Ciocovazz (Generali), A. Kern (Helvetia), R. de coster (ΟΛΥΜΠΙΑΚΗ-VICTORIA), G. LOCKWOOD (Ελληνο-βρετανική).

Οι αλλαγές έφεραν ανταλλαγές και ταξίδια στις μητρικές εταιρίες, αλλαγές στους πίνακες παραγωγής και την σειρά, αλλαγές θέσεων, νοοτροπία, μεταγραφές στελεχών και ασφαλιστών, ανταγωνισμό, νέα προγράμματα, μετακινήσεις πελατών, επενδύσεις, νέες θέσεις εργασίας, νέα νοοτροπία, αλλαγή στην ασφαλιστική συνείδηση του κοινού, νέες δομές, νέες

προοπτικές. Μπορούμε να πούμε πως αυτά που συμβαίνουν σήμερα δεν θυμίζουν τίποτα από ό,τι ίσχυε την περασμένη πενταετία στην Ασφ. αγορά. Τέτοιοι είναι ο ρυθμός αλλαγών που δικαιολογεί να βιαστούμε στην αλλαγή νοοτροπίας και προσαρμογής στα νέα δεδομένα της Ενωμένης Ευρώπης. Μερικοί δημιουργικοί άνθρωποι πρόβλεψαν, άλλαξαν συμπεριφορές έκαναν συμμαχίες και στήριξαν το ψωμί των ανθρώπων της εταιρίας τους. Άλλοι μπήκαν στο περιθώριο. Οι αλλαγές συνεχίζονται, μπαίνουμε σ' ένα καθοριστικό χρόνο το 1992 και επιστημαίνουμε στους φίλους μας με ευχές, για επιτυχίες μερικά σημεία που ενδιαφέρουν τους ασφαλιστές μας και τις εταιρίες τους:

### Επτά παρατηρήσεις

1. Η Ελληνική νομοθεσία είναι αδύνατον να συλλάβει την πραγματικότητα και να ερμηνεύσει την σημασία των λέξεων συγχώνευση, εξαγορά, απορρόφηση, αποξένωση, διάλυση, συνένωση με την έννοια την νομική, φορολογική, εθνική ή του δικαίου Ανωνύμων εταιριών. Οι αλλαγές πολλούς θα τους βρουν απροετοίματους.
2. Οι αλλαγές είναι στην Αρχή.
3. Η έννοια Ασφάλιση πήρε ευρύτερη σημασία με την ανάμιξη των τραπεζικών

υπηρεσιών και των χρηματοοικονομικών υπηρεσιών των Ασφαλιστών προς τους πελάτες. Η προστασία έναντι κινδύνων μεγαλώνει σαν έννοια.

4. Ο ανταγωνισμός σκληραίνει, θα σβήσει πολλούς μικρούς και θα ενώσει αρκετά ονόματα. Θα επιβιώσουν οι εταιρίες με καλύτερη ποιότητα υπηρεσιών. Μην ξεχνάτε έχουμε 4.000 εταιρίες στην Ευρώπη και η Ιαπωνία έχει 54 με την ίδια συνολική παραγωγή των χωρών της ΕΟΚ.

5. Οι ασφ. εταιρίες θα παίξουν σημαντικό ρόλο στον αγώνα για την προστασία του περιβάλλοντος.

Η διαφήμιση και ο Τύπος θα είναι απαραίτητα σύμμαχοι.

6. Οι ελληνικές εταιρίες που ζουν στην σκιά του τραπεζικού κατεστημένου θα αναγκασθούν εκ των πραγμάτων να συγχωνευθούν και να αποτινάξουν τις φοβίες του συνδικαλισμού και τα συντεχνιακά και κομματικά κόμπλεξ για να επιβιώσουν. Αρκετοί θα χάσουν την θέση τους χωρίς να καταλάβουν τί έγινε.

7. Οι ασφαλιστές θα ζήσουν την χρυσή δεκαετία τους. Θα είναι το επίκεντρο των διαπραγματεύσεων σε συγχωνεύσεις εξαγορές και μεταγραφές. Καιρός να εκτιμήσουν την αξία τους. Θα έχουμε αρκετές αλλαγές στον τρόπο συνεργασίας με τις εταιρίες και αλλαγές στους θεσμούς και τη νομοθεσία των ανθρώπων της πρώτης γραμμής. Οι ασφαλιστές καιρός είναι να γίνουν πιο επαγγελματίες και οι εταιρίες ας διασφαλίσουν τα συμφέροντα των ανθρώπων τους χωρίς «ψιλά γράμματα» και τρικλοποδιές.

Με καθαρές συμβάσεις συνεργασίας ας δούνε μακροπρόθεσμα την συνεργασία με τους ασφαλιστές για να κρατήσουν το δίκτυό τους και την επιβίωσή τους.

Καλή χρονιά, καλό 1992!

**Σπύρου Ευάγγελος**  
Εκδότης του **ΝΑΙ**  
Manager Ασφαλιστών

# ΣΟΦΙΑ ΡΑΤΣΙΑΤΟΥ

## Ένα από τα «συν ένα» της ΝΝ!

Η Σοφία Ρατσιατού είναι γέννημα-θρέμμα του ασφαλιστικού χώρου.

Έρθε χωρίς γνωριμίες. Χωρίς προϋπηρεσίες. Γεμάτη φιλοδοξίες.

Με θέληση να πετύχει και να προσφέρει. Σπούδασε κοινωνιολογία στην Πάντειο

Σχολή Πολιτικών Επιστημών, αλλά οι ασφάλειες της φάνηκαν βουνό

στην πρώτη γνωριμία. Μιλά λίγο κι εργάζεται πολύ. Θέλει να μιλά το έργο της.

«Το Λακωνίζειν εστί φιλοσοφείν».

### ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ

στον **Βαγγέλη Σπύρου**  
με την επιτυχημένη  
Manager της ΝΝ.

Κα Ρατσιατού, σας ευχαριστώ για την τιμή που δεχθήκατε να μοιρασθούμε μαζί με τους αναγνώστες του «ΝΑΙ» σκέψεις και εμπειρίες σας. Θέλετε να ξεκινήσουμε για την πρώτη γνωριμία σας με τις ασφάλειες και την Nationale-Nederlanden;

— 10 Νοεμβρίου 1984. 1η μέρα σεμιναρίου στη σχολή Βαμβουκάκη. Μαϊάνδρου 19 στα Ιλίσια. Προϋπηρεσία μηδέν. Οι ασφάλειες μου φαίνονται βουνό.

Ποιό ήταν το κίνητρο που σας οδήγησε

να κάνετε καριέρα σαν manager ασφαλιστών;

— Ταλέντο στην επικοινωνία με τους άλλους; Ανθρώπινη φιλοδοξία; Τρομερή υποστήριξη και κινητοποίηση από τον διευθυντή μου;

Έχετε φιλοδοξία να προσφέρετε κάτι διαφορετικό στο επάγγελμα και την εταιρία σας; Δηλαδή κάτι που να σας ξεχωρίζει από τους συναδέλφους σας της αγοράς και της εταιρίας σας και να λένε «αυτό το ξεκίνησε ή το καθιέρωσε η κα Ρατσιατού»;

— Θάθελα πολύ να προσφέρω και εγώ +1 στην ασφαλιστική αγορά.

Το ΝΑΙ πιστεύει πως ήρθε η ώρα της γυναίκας να δείξει τις δυνατότητες και την προσφορά της. Στη θέση του Manager συνήθως βρίσκουμε έναν άντρα «ψυχρό επαγγελματία». Ποιά είναι η δική σας

γνώμη, γλυκαίνει και ομορφαίνει η «σκληρή αντρική καρτέκλα» με την γυναικεία παρουσία; Και η απόδοση για την εταιρία είναι η ίδια, χειρότερη ή καλύτερη;

— Δεν μου αρέσει να διαχωρίζω τα 2 φύλα. Τα 2 φύλα συνυπάρχουν και το ένα καλύπτει τα κενά του άλλου. Άλλες φορές ομορφαίνει η «σκληρή καρτέκλα» με την αντρική και άλλοτε με την γυναικεία παρουσία. Τίποτα δεν είναι απόλυτο. Εξαρτάται από τις εκάστοτε συνθήκες.

Πώς τα πήγατε το 1991 με την παραγωγή ασφαλιστών και ασφαλιστρών; Θαυμάσια. Η μέση μηνιαία παραγωγή του υποκαταστήματός μας είναι 40.000.000 και η αύξηση του ανθρώπινου δυναμικού της τάξεως του 50%.

Μπορεί ένα υποκατάστημα ή μια εταιρεία με μεγάλη νέα παραγωγή να έχει και

υψηλό δείκτη προσφοράς υπηρεσιών ποιότητας;

Όταν οι άνθρωποι της γαλουχήθηκαν μ' αυτή την φιλοσοφία, ΝΑΙ! Άλλωστε αυτό αποδεικνύεται και από την υψηλή μας διατηρησιμότητα.

Υπάρχουν κίνητρα που λείπουν σήμερα στις ασφαλιστικές εταιρίες για ασφαλιστές και managers;

Όσον αφορά την Ν.Ν. σαφώς υπάρχουν θετικά κίνητρα για σωστούς επαγγελματίες ασφαλιστές και managers.

Πόσο κατοχυρωμένο είναι το ασφαλιστικό επάγγελμα στην Ελλάδα;

Συγκριτικά με το 1984 που ξεκίνησα, σήμερα ανθεί.

Πώς βλέπεις την Ν-Ν στην Ελλάδα τα επόμενα χρόνια; Μέχρι τώρα είχε μια καλή στρατηγική και μαζί με την υποστήριξη της Internationale Nederlanden, μέσα σε

μία δεκαετία κατάφερε να πρωταγωνιστεί στην Ελληνική Ασφαλιστική Αγορά.

— Όπως πάντα. Κλασικά να καλπάζει.

Μπορείς να μας πεις μερικά δυνατά σημεία των ανθρώπων της;

Θα ξεκινήσω με τη Διοίκηση της Εταιρείας.

«Κοντά στον συνεργάτη». Άμεση λύση οιοδήποτε προβλήματος. Υποστήριξη.

Με λίγα λόγια δουλεύοντας στην Ν.Ν. αισθάνεσαι ΑΣΦΑΛΕΙΑ. Θα προχωρήσω στα στελέχη των κεντρικών μας γραφείων: πάντα πρόθυμος, ενημερωμένος με διάθεση για διαρκή βελτίωση. Και το μεγάλο ατού της Ν-Ν; Ποιοί άλλοι; ΟΙ ΑΣΦΑΛΙΣΤΕΣ! Μοναδικοί. Ξεχωριστοί!

Διαβάζεις άλλες συνεντεύξεις συναδέλφων που παρουσιάζει το «ΝΑΙ»; Πώς βλέπεις αυτό το περιοδικό του Ασφαλιστή στο χώρο μας;

Διαρκώς βελτιώνεται, και κρίνω πως θα προσφέρει στην γενικότερη καλύτερευση της ελληνικής ασφαλιστικής αγοράς.

Ποιές όμορφες στιγμές του επαγγέλματός μας μαζί με συμβουλές θα 'θελες να θυμίσεις και να προσφέρεις στους ασφαλιστές και τους ανθρώπους γενικά της πρώτης γραμμής των πωλήσεων σαν μια αγκαλιά όμορφες πολύχρωμες τουλίπες απ' την πατρίδα της Nationale-Nederlanden;

— Τη στιγμή του κλεισίματος της πρώτης μας ασφάλειας, τη στιγμή της πρώτης μας μισθοδοσίας, τη στιγμή της πρώτης μας συμμετοχής σε εκπαιδευτικό ταξίδι και τη στιγμή της εισόδου μας στο χώρο του management.

Ευχαριστώ πολύ για τη φιλοξενία



# Τι σημαίνει για σας

Μεγάλα, μικρά, τσέπης, τοίχου, γραφείου επαγγελματικά, πολιτικά, οικολογικά, ασφαλιστικά, αθλητικά, θρησκευτικά, τοπικά, εθνικά, έγχρωμα ή ασπρόμαυρα πολυσέλιδα ή μονοσέλιδα τα ημερολόγια του 1992 ήδη είναι έτοιμα να κρεμαστούν στον τοίχο ή να μπουν στο γραφείο ή την τσέπη με μια περίπου όμοια ευχή στην πρώτη σελίδα:

Καλό 1992 ή ευτυχές το 1992!

Αυτή τη χρονιά διαφορετικό. Ήδη η 1992 σε σχέση με την **ΤΟ 1992;** όμως συμβαίνει κάτι συνεχής αναφορά στο ΕΟΚ μας το μεγάλωσε ή το μίκρυνε, σίγουρα μας το παραμόρφωσε, μας το μπέρδεψε, μας το έκανε ορόσημο, μας το τοποθέτησε σε μια θέση για άλλους ΑΡΧΗ για άλλους ΤΕΛΟΣ για άλλους τέρμα για άλλους αφετηρία για άλλους... τίποτα, για άλλους προσπάθεια, για άλλους αρχή του τέλους, για μερικούς κάτι κοντινό με γοητεία, για κάποιους να είναι ένας μύθος, ένα ορόσημο. Το ΝΑΙ ζήτησε τη γνώμη επώνυμων της ελληνικής αγοράς, δίνοντας βάρος στο να συλλέξει περισσότερες γνώμες από επώνυμους της ελληνικής ασφαλιστικής οικογένειας, ώστε ένας γενικότερος προβληματισμός να βοηθήσει τους ανθρώπους να ξαναξετάσουν τη στρατηγική πορεία τους.

Έχει μεγάλη πρακτική σημασία να γνωρίζουμε τι συμβαίνει γύρω μας και ειδικά αυτοί που κρατάνε ηγετικές θέσεις, καλό είναι να αναλύσουν λίγο αυτές τις σκέψεις που για να 'ναι περιεκτικές ζήτησαμε όσοι απαντήσουν να μην υπερβούν τις 10 σειρές στο κείμενο που θα στείλουν ως απάντηση και στο ερώτημα «τι σημαίνει για σας το 1992»;

## Γ. Η. ΣΚΟΥΡΤΗΣ ΑΕΓΑ



Μετά την ολοκλήρωση της υποδομής της εταιρίας με νέα γραφεία όπως στη Λάρισα, Τρίκαλα και αλλού, την πλήρη μηχανογραφική οργάνωση με νέο σύστημα IBM και ON LINE σύνδεση με Ρόδο, έχοντας το μεγαλύτερο εγγυητικό κεφάλαιο από τις ελληνικές ασφαλιστικές εταιρίες, καλό όνομα που έχουμε αποκτήσει στα 20 χρόνια σωστής οργάνωσης και λειτουργίας σαν εταιρία στην ελληνική ασφαλιστική αγορά, στόχος μας είναι και ευελπιστούμε το 1992 να πάρουμε τη θέση που μας ανήκει στην ελληνική ασφαλιστική αγορά ώστε το 1993 να είμαστε ανταγωνιστικοί στις ξένες εταιρίες που θα έλθουν.

## Γ. ΧΕΙΛΑΔΑΚΗΣ Δ/ντης Υποκαταστήματος - Metrolife

Το 1992 είναι ο χρόνος της τελικής προετοιμασίας για την είσοδό μας στην ενοποιημένη Ευρωπαϊκή Αγορά.

Είναι η τελευταία ευκαιρία όλων των ελληνικών ασφαλιστικών εταιριών να ετοιμασθούν κατάλληλα για να αντιμετωπίσουν τον ανταγωνισμό.

Το 1992 θα είναι ο χρόνος απελευθέρωσης της αγοράς των ασφαλειών στα πλαίσια της Ε.Ο.Κ. Αυτό σημαίνει ότι στην Ελλάδα διευρύνεται ο ανταγωνισμός μεταξύ των ασφαλιστικών εταιριών τόσο ποσοτικώς αλλά κυρίως σε ποιοτικό επίπεδο.

Για μένα σημαίνει η διεύρυνση της ασφαλιστικής αγοράς που θα συντελεστεί με την ενοποίηση της Ευρώπης. Σημαίνει επίσης ότι ανοίγονται νέοι δρόμοι, νέοι ορίζοντες στον ασφαλιστικό χώρο, γιατί απευθυνόμαστε και θα συνεργαζόμαστε όχι μόνο με Έλληνες αλλά και με εκατομμύρια Ευρωπαίους.

Σίγουρα οι ευκαιρίες θα είναι περισσότερες.

Για να μπορέσουμε και εμείς να γευτούμε από τις ευκαιρίες αυτές, θα πρέπει να αλλάξουμε νοοτροπία, να διαμορφώσουμε μια καινούργια επαγγελματική συμπεριφορά, να αλλάξουμε τους ρυθμούς της δουλειάς, γιατί οι πελάτες θα αναζητήσουν ασφαλιστή με γνώσεις και επαγγελματική κατάρτιση.

Οι ευρωπαϊκές ασφαλιστικές εταιρίες με την πείρα των δεκαετιών που διαθέτουν θα είναι το έναυσμα με τον ανταγωνισμό που θα προκαλέσουν για την ταχεία αναδιοργάνωση των μεθόδων του marketing και των ασφαλιστικών προϊόντων.

Είναι λοιπόν απαραίτητο και αναγκαίο από πλευράς των εταιριών να σταθούν στο ύψος των περιστάσεων δημιουργώντας τις ιδανικότερες συνθήκες εργασίας, επίσης την σωστή επιλογή, εκπαίδευση και επιμόρφωση των συνεργατών της, για να μπορέσουν να σταθούν με επιτυχία στις αυξημένες ανάγκες που διαμορφώνονται.

Η πλήρης επαγγελματοποίηση των μεθόδων πώλησης με στελεχιακό δυναμικό πωλήσεων υψηλής επαγγελματικής κατάρτισης και επίδοσης, θα είναι το πρώτο μέλημα των εταιριών.

Οι μη επαγγελματίες του χώρου δεν έχουν θέση πλέον στα πλαίσια της Ε.Ο.Κ. του 1992.

Το έργο που έχουμε να επιτελέσουμε είναι δύσκολο και μεγάλο, χρειάζεται μεγάλη προσπάθεια και πολύ σκληρή δουλειά. Θα πρέπει όλοι μας να είμαστε ιδιαίτερα χαρούμενοι γιατί

οι προοπτικές είναι πολύ μεγάλες.

Το 1992 είναι η χρονιά που θα μας ξαφνιάσει όλους.

Γι' αυτό πρέπει να είμαστε προετοιμασμένοι για να αντιμετωπίσουμε με επιτυχίες τις απαιτήσεις της ασφαλιστικής αγοράς.

Δεν έχουμε να φοβηθούμε τίποτα.

## Χ. ΝΙΚΟΛΑΟΥ Δ/νων Σύμβουλος & Γεν. Δ/ντής Scoplife



Πιστεύω ότι το 1992 αποτελεί ένα έτος σταθμό για ολόκληρη την Ευρωπαϊκή Κοινότητα, η ενιαία αγορά είναι πλέον μπρος στις πόρτες μας χωρίς βέβαια αυτό να σημαίνει ότι θα γίνει κάτι το σημαντικό κατά το τόσο πολυδιαφημισμένο αυτό έτος. Τίποτα δεν θα σταματήσει στο τέλος του 1992, όλες οι κοινές και κοινοτικές πολιτικές θα συνεχίσουν εξελισσόμενες για να επιτρέ-

ψουν την προσαρμογή όλων των χωρών μελών προς τις συνθήκες της οικονομικής, νομισματικής και της πολιτικής ένωσης.

Για τη χώρα μας όμως ιδιαίτερα το 1992 θα σημάνει την αρχή του τέλους διότι θα πρέπει πλέον να αναγνωρίσουμε ή μάλλον να το χωνέσουμε ότι τα περιθώρια «στενεύουν πολύ» εάν θέλουμε να ακολουθήσουμε και να παρακολουθήσουμε την μεγάλη αυτή αγορά των 320 εκατομμυρίων καταναλωτών, που δεν είναι απλά η Ευρωπαϊκή αγορά του 1992, μετά και από τα συμβαίνοντα στην Κεντρική και Ανατολική Ευρώπη, αλλά η αγορά αυτή που θα αποτελέσει την πραγματική δύναμη και το αντίβαρο στις αγορές των ΗΠΑ και του οικονομικού άξονα της Άπω Ανατολής.

Στον ασφαλιστικό ευρωπαϊκό χώρο που μας ενδιαφέρει είναι μάλλον βέβαιο ότι μετά το 1992 θα αυξηθούν οι συγχωνεύσεις και εξαγορές των ευρωπαϊκών ασφαλιστικών εταιριών με συνέπεια τον περιορισμό του αριθμού τους και την παράλληλη αύξηση του μεγέθους τους. Ο ανταγωνισμός θα γίνει πολύ πιο έντονος και νέοι «παίκτες» θα μπουν στο παιχνίδι, οι τράπεζες, που εκτιμάται ότι ως το 1995 θα αποκτήσουν ένα 20% της αγοράς σαν παραγωγοί και διανομείς.

Έτσι το αξίωμα για μια ελληνική ασφαλιστική επιχείρηση μετά το 1992 θα είναι ότι «μπορεί και πρέπει να βγει κι εκείνη στην ευρωπαϊκή αγορά» στηριζόμενη στις δικές της δυνάμεις. Το ελληνικό δαιμόνιο και ιδίως στον τομέα των υπηρεσιών είναι παγκοσμίως γνωστό και πιστεύω ότι και πάλι θα μεγαλοουργήσει».

## Κ. ΘΕΟΔΩΡΟΥ Δ/ντης Marketing & Underwriting IMPERIO

Όλοι οι παρκοκύντες στην Ιερουσαλήμ γνωρίζουν ότι το 1992 είναι ένας χρόνος σταθμός για κάθε επιχείρηση χώρας-μέλους της κοινής αγοράς, αφού είναι ουσιαστικά ο τελευταίος χρόνος προσαρμογής στα κοινοτικά δεδομένα.

Δεν μπορεί λοιπόν παρά το έτος 1992 να σημαίνει και δι' εμένα προσωπικά έτος καθοριστικών εξελίξεων της οικονομι-

κής και επιχειρηματικής μας πορείας.

Προοίμιο δημιουργικής προσπάθειας και προθάλαμος προσαρμογής σε νέες λειτουργικές επιχειρηματικές μορφές και αντίληψη.

Προάγγελμα ανάγκης εκσυγχρονισμού και υιοθέτησης ενός επιχειρηματικού management, με κατεύθυνση αφ' ενός ανθρωποκεντρική και αφ' ετέρου διάσταση ποιοτική της επιχειρηματικής δράσης.

Αδιάκοπος αγώνας δια την κατάκτηση ικανοποιητικού της αγοράς μεριδίου δια της μεγιστοποίησης της ανταγωνιστικότητας κάθε επιχειρηματικής μονάδας και την παράλληλη διεύρυνση της ανθεκτικότητάς της στη μάχη μιας αμειλικτης και ανελέητης ανταγωνιστικής πρακτικής.

Αναγκαίες παρεμβάσεις με αντικειμενικό σκοπό τη βελτίωση της οργάνωσης, την τεχνολογική ανάπτυξη, την ενίσχυση της τεχνολογίας, αφού όλα αυτά τα προεκτιθέμενα συνιστούν αποτελεσματικούς παράγοντες σημαντικής ανόδου της παραγωγικότητας, στοιχείο αναπόσπαστο με την εδραίωση υψηλού βαθμού παραγωγικότητας και καταληκτικά αυξητική επίδραση στο βαθμό της ανταγωνιστικότητας της επιχείρησης.

### Σ. ΝΙΚΟΛΑΪΔΗΣ - Schweiz Life

Το 1992 ασκεί, εδώ και χρόνια, μια παράξενη γοητεία σε μας τους Έλληνες και συντηρεί ένα μύθο, που προβλέπει ή την σωτηρία μας, ή την καταστροφή μας. Για τους Έλληνες ασφαλιστές, που έχουν δείξει ότι κινούνται και αποφασίζουν με σύνεση, πιστεύω ότι θα είναι μια καλή χρονιά.

Σε τρία στοιχεία στηρίζεται η αισιοδοξία μου:

1) Η ένωση των Ενώσεων, η σημαντικότερη εξέλιξη των τελευταίων είκοσι (20) ετών.

2) Η σταδιακή απελευθέρωση των τιμολογίων αυτοκινήτων, που θα εξισορροπήσει τις ανάγκες του κλάδου.

3) Η στροφή των καταναλωτών στην αναζήτηση πρόσθετης προστασίας στη ιδιωτική ασφάλιση, με παροχές που μέχρι τώρα προσφέρονταν από την κοινωνική ασφάλιση.

Εύχομαι και ελπίζω να είναι μια καλή χρονιά.

### ΝΤΟΜΕΝΙΚΟΣ ΑΠΕΡΓΗΣ

#### Δ/ντης Υποκαταστήματος Helvetia



Το 1992 θα προκύψουν σημαντικές αλλαγές σε πολλούς τομείς της ελληνικής οικονομίας.

Κοιτώντας προσεχτικά στο χώρο των ασφαλειών, θα δούμε ότι ελάχιστα πράγματα θα συμβούν στην ελληνική αγορά. Το σημαντικότερο που επιβάλλεται να γίνει είναι η αλλαγή σκέψης και νοοτροπίας όλων των παραγόντων που διαμεσολαβούν στην ασφάλιση ζωής εταιριών και προσώπων. Τώρα σαν άμεση επίπτωση θα αποτελέσει η πρόσφατη οδηγία της ΕΟΚ (Νοέμβριος 1991) που αφορά την ΠΑΘΗΤΙΚΗ ΕΛΕΥΘΕΡΗ ΠΑΡΟΧΗ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΜΕ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑ ΤΟΥ ΑΣΦΑΛΙΖΟΜΕΝΟΥ.

Αυτό σημαίνει ότι ένας πολίτης της χώρας μας μπορεί να ζητήσει να ασφαλιστεί από εταιρία άλλης χώρας της Κοινότητας, Αγγλίας, Γαλλίας, Γερμανίας κ.λπ. χωρίς να υπάρχει στη

χώρα μας εγκατάσταση εταιρίας ή πρακτορείου.

Όπως όμως όλοι καταλαβαίνουμε δεν θα δημιουργηθούν ιδιαίτερα προβλήματα στην αγορά μας από την οδηγία αυτή γιατί είναι πολύ δύσκολο ο πελάτης να ψάξει μόνος να βρει εταιρία να επικοινωνήσει.

Και τούτο γιατί δεν υπάρχει ενημέρωση service, ασφαλιστής. Το δε συμβόλαιο θα εκδίδεται στην χώρα αυτή σε διαφορετική γλώσσα και για τυχόν απάντηση θα πρέπει ο ασφαλιζόμενος να απευθύνεται εκεί.

Ο προβληματισμός εστιάζεται στα έτη 1998, 1999 και 2000. Και η όποια ουσιαστική διαφοροποίηση θα συμβεί τότε. Εκεί πρέπει να εστιαστεί και το ενδιαφέρον των εταιριών και να δημιουργηθούν στην 10ετία αυτή οι προϋποθέσεις και η κατάλληλη υποδομή για την εφαρμογή άλλων κοινοτικών οδηγιών που θα οδηγήσουν στη ΜΟΝΙΜΗ ΕΝΙΑΙΑ ΑΔΕΙΑ που θα ισχύσει για όλες τις χώρες της Ευρωπαϊκής Κοινότητας.

### A. ΓΕΩΡΓΙΟΥ Universal Life

Το 1992 αποτελεί αναμφισβήτητο ένα σταθμό. Για την ελληνική πραγματικότητα το 1992 είναι πολύ κοντά γι' αυτό κι επιβάλλεται ο συντονισμός όλων των φορέων για την ανάπτυξη μιας αμυντικής όσο και επιθετικής πολιτικής στην ενιαία ασφαλιστική αγορά που θα διαμορφωθεί μέσα στα χρόνια που ακολουθούν.

Για την Κύπρο, το 1992 με την πιο πάνω έννοια είναι λίγο μακριά. Είναι όμως κοινή πεποίθηση ότι το μέλλον της Κύπρου βρίσκεται μέσα στην Ευρωπαϊκή Κοινότητα. Η Κοινότητα αποτελεί ένα δυναμικό οργανισμό που εξελίσσεται σε σημαντική δύναμη γι' αυτό και εμείς στη Κύπρο πρέπει να προσαρμόσουμε τους στόχους και την πολιτική μας στο δεδομένο αυτό για να επιτύχουμε τελικά την εισδοχή μας.

Για την Universal Life και μένα προσωπικά το 1992 αποτελεί πρόκληση. Δεν είναι τυχαίο το γεγονός ότι η εταιρία μας επέλεξε το 1990 για ν' επεκταθεί στον Ελλαδικό χώρο. Γνωρίζουμε ότι η ασφαλιστική αγορά στο τόπο μας είναι περιορισμένη γι' αυτό και η αναζήτηση μιας μεγαλύτερης αγοράς με μεγαλύτερες προοπτικές και οφέλη ήταν επιβεβλημένη.

Η Universal Life, είναι μια εταιρία που έχει αναπτυχθεί και διαπρέψει μέσα σ' ένα κλίμα οξυτάτου ανταγωνισμού κι έχει διεθνώς αναγνωριστεί για τον επαγγελματισμό και την ποιοτική δουλειά της. Γι' αυτό και πιστεύουμε ότι έχει πολλά να προσφέρει αλλά και πολλά να επωφεληθεί από την ενοποιημένη αγορά της Ευρώπης.

### N. ΚΑΛΛΙΑΝΗΣ

#### Assistant Agency Manager - N/N

Για μένα το 1992 σημαίνει την δημιουργία ενός νέου υποκαταστήματος με παραγωγικότητα σε νέα ασφάλιστρα ζωής πάνω από 300.000.000, την δημιουργία νέων επαγγελματιών ασφαλιστών και managers, καθιέρωση της ασφαλιστικής συνείδησης σε πολλούς από τους συνανθρώπους μας, βελτιωμένα νέα προϊόντα πιο κοντά στις ανάγκες των πελατών, ποιότητα υπηρεσιών, επιβίωση επαγγελματιών μόνο κάτω από άμογο service προς τον πελάτη, και την εταιρία μου να οδηγείται σταθερά στην ανοδική της πορεία προς την κορυφή της ελληνικής ασφαλιστικής αγοράς. Η σχέση μας με την ενιαία αγορά πιστεύω ότι θα γίνει σταδιακά και ότι τα αποτελέσματα αυτής της συνένωσης θα φαίνονται σε κάποια επόμενα χρόνια. Θέλω να πιστεύω ότι

και η πολιτεία θα σταθεί στο πλευρό των ασφαλιστών κάτι που μέχρι σήμερα δυστυχώς δεν το έχουμε δει. Τελειώνω με μια ευχή προς όλους τους συναδέλφους. Υγεία για όλους και διαρκή προσπάθεια για να έχουν τα προσδοκώμενα αποτελέσματα.

### ΚΛΕΑΡΧΟΣ ΠΕΦΑΝΙΟΣ Agency Manager - Schweiz Life

1992. Η πιο πολυσυζητημένη χρονολογία την τελευταία δεκαετία. Είναι η χρονιά της ενοποίησης της Ευρώπης. Μια ενοποίηση που άλλοι την περιμένουν ανυπόμονα άλλοι αδιάφορα και άλλοι με έναν ενδόμυχο σκεπτικισμό. Το πόσο οι προσδοκίες μας θα ικανοποιηθούν ή το πόσο θα επιβεβαιωθούν οι φόβοι μας αυτό είναι κάτι που θα περιμένουμε να δούμε στην πράξη. Ωστόσο ως επαγγελματίας δεν μπορώ παρά να οραματίζομαι τις τάσεις και τις ενδεχόμενες εξελίξεις εκ των προτέρων.

Διαβλέπω λοιπόν ένα σκληρό ανταγωνισμό, ο οποίος τελικά θα οδηγήσει στην συγχώνευση πολλών εταιριών και στην δημιουργία μεγάλων τρασ. Ο ελληνικός ασφαλιστικός χάρτης, όχι πολύ μακριά από σήμερα, θα έχει μια εντελώς διαφορετική μορφή.

Είναι λοιπόν φανερό, ότι η πίεση που θα εξασκηθεί θα επιταχύνει την εξυγίανση της δικής μας αγοράς. Θα είναι πια η εποχή των επαγγελματιών ασφαλιστών και οι «αλεξιπτωτιστές», κάτι από το οποίο υποφέρουμε αρκετά όλες οι εταιρίες, θα μείνουν εκεί που ανήκουν, στον αέρα. Με την είσοδο των χρηματοοικονομικών υπηρεσιών ανοίγονται νέοι ορίζοντες μπροστά μας και αναβαθμίζεται το επάγγελμά μας. Θα πρέπει όλοι να το καταλάβουμε αυτό, και οι εταιρίες αλλά και οι managers ότι ο πελάτης θα αγοράζει από τον σωστά καταρτισμένο και εκπαιδευμένο επαγγελματία.

Οι εταιρίες θα είναι αναγκασμένες πια να δώσουν τα κίνητρα και τα εφόδια που πραγματικά χρειάζεται ο ασφαλιστής, εάν θέλουν πραγματικά να αναπτυχθούν, γιατί όπως είπαμε ο ανταγωνισμός θα είναι πολύ σκληρός και δεν θα αστειεύεται.

Με όλες αυτές τις σκέψεις να περιτριγυρίζουν το μυαλό μου, εγώ και οι συνεργάτες μου, προετοιμαζόμαστε όσο το δυνατό καλύτερα. Το 1992 θα είναι μια πολύ δύσκολη χρονιά αν αναλογιστούμε και την οικονομική κρίση που περνά η χώρα μας. Για να πραγματοποιήσω τους στόχους μας για την χρονιά αυτή, χρειάζεται σκληρή και αποτελεσματική δουλειά. Οι 12-14 ώρες καθημερινής εργασίας θα πρέπει να γίνουν πιο αποτελεσματικές, πιο κερδοφόρες. Άλλωστε αυτή είναι και η έννοια του επαγγελματία.

Είμαι αισιόδοξος για το μέλλον, είναι αισιόδοξος για το 1992 αλλά ποτέ δεν ξεχνώ ότι «ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΑΝΗΚΕΙ ΣΕ ΑΥΤΟΥΣ ΠΟΥ ΞΕΡΟΥΝ ΝΑ ΤΟ ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΖΟΥΝ».

### Γ. ΤΑΡΝΑΤΩΡΟΣ ΑΝΑΓΝΩΣΤΟΥ Πρόεδρος & Δ/νων Σύμβουλος Ολυμπιακή-Victoria

Για το 1992, η διοίκηση του ομίλου ΟΛΥΜΠΙΑΚΗ-VICTORIA, έχει επικεντρώσει το ενδιαφέρον της στην επίτευξη των παρακάτω γενικών στόχων, δεδομένου ότι υπάρχουν και ειδικοί:

— υιοθέτηση μιας νέας «φιλοσοφίας», όπως επιτάσσουν οι διαγραφόμενες συνθήκες του 1992.

— αύξηση της παραγωγής

— βελτίωση των παρεχομένων υπηρεσιών προς το πρακτορικό δυναμικό, τους συνεργάτες και τους πελάτες του ομίλου.

— αύξηση της παραγωγικότητας

— μείωση του συντελεστή των γενικών εξόδων

— πραγματοποίηση κερδοφόρων αποτελεσμάτων και

— περαιτέρω εκσυγχρονισμός του ομίλου σε όλους τους τομείς.

Αυτό σημαίνει για μας το 1992, έτος ορόσημο, κατά το οποίο αναμένεται να αυξηθεί σημαντικά ο ανταγωνισμός και στις προ-σφερόμενες καλύψεις, αλλά και τις υπηρεσίες.

### Ε. ΚΑΚΑΜΠΟΥΡΑΣ Δ/ντης Υποκαταστήματος - Alico



1 Επιχειρηματική νοοτροπία και όχι υπαλλήλου.

2. Ανθρώπινη επικοινωνία με πελάτες.

3. Service.

4. Γνώσεις.

5. Εκπαίδευση από το ασφαλιστικό ινστιτούτο, παράλληλα με τις εταιρίες.

6. Σωστός έλεγχος από την πολιτεία-υπουργείο, για την λειτουργία

των ασφαλιστικών εταιριών.

7. Σωστά συμβόλαια και όχι παραπλάνηση του κοινού μέσω των διαφημίσεων.

8. Ενημέρωση από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης.

9. Κίνητρα της πολιτείας, για τον επαγγελματισμό του ανθρωπίνου δυναμικού, με σκοπό την ανάπτυξη της ασφαλιστικής βιομηχανίας.

10. Συσπείρωση και κατοχύρωση των δικαιωμάτων του επαγγελματία ασφαλιστή.

### Ι. ΓΡΑΜΜΑΤΙΚΟΣ Unit Manager Interamerican



Το έτος 1992 για όλους μας θεωρείται σαν έτος αφετηρίας σημαντικών εξελίξεων για τη χώρα μας στα πλαίσια της ένταξης της στην Ε.Ο.Κ.

Για μένα προσωπικά το 1992 συμπίπτει με την προαγωγή μου από unit σε agency manager και την ένταξή μου ως υποκατάστημα πλέον στην πρώτη περιφερ. διεύθυνση του κ. Δημάκη της πρώτης ασφαλιστικής εταιρίας της Ελλάδος την Interamerican.

Έτσι λοιπόν το 1992 είναι και για μένα η αφετηρία της ανάπτυξης τόσο της προσωπικής όσο και των συνεργατών μου σε μια εποχή που θα την χαρακτηρίζει η έντονη προσπάθεια του συναγωνισμού και θα διακριθεί αυτός ο οποίος θα εξασφαλίσει την ποσότητα δια μέσου της ποιότητας.

Θεωρώ πρόκληση και βαριά κληρονομία την πρωτιά τόσο της εταιρίας που εργάζομαι όσο και της περιφερ. διεύθυνσής και πιστεύω ότι όπως ως unit manager βρέθηκα στην πρώτη θέση έτσι και ως Agency θα ανταποκριθώ υλοποιώντας τους υψη-

λους στόχους που έχω θέσει μένοντας πιστός στο μήνυμα της εποχής μας «ποιότητα εργασίας».

Εύχομαι το «ΝΑΙ» να πρωτεύει διότι η ποιότητά του είναι αποδεδειγμένη.

### Μ. Α. ΦΩΣΚΟΛΟΣ Manager Buying Services - I.M.A.



Όλα τα στοιχεία και μηνύματα που έχουμε έως αυτή τη στιγμή στη διάθεσή μας για το 1992 και κυρίως για τους δείκτες της οικονομίας είναι τέτοια που δημιουργούν και ανησυχία και προβληματισμό σ' όλους μας.

Πιστεύω όμως, ότι εάν αφεθούν ελεύθεροι να δράσουν χωρίς «περιεργες παρεμβάσεις» και «υποδείξεις» όλα τα ικανά και αξια στελέχη της χώρας όπου και αν βρίσκονται αξιοποιώντας τις γνώσεις τους και την πείρα τους είναι δυνατόν να ανατραπούν τα υπάρχοντα δυσμενή στοιχεία προς το καλύτερο.

Είναι ανάγκη να εξαληφθεί το συντομότερο η παρατεταμένη ηθική κρίση και η ξεδιάντροπη συναλλαγή όπου και αν υπάρχει.

Στο χώρο των ασφαλειών θα συνεχιστεί η επιθετική πολιτική του ιδιωτικού φορέα, ενώ στον κρατικό φορέα δεν αποκλείεται να γίνουν προσπάθειες βελτίωσης ορισμένων παροχών.

Στο χώρο της δουλειάς μου τη Διαφήμιση πιστεύω ότι και το '92 η αύξηση της διαφημιστικής δαπάνης θα ξεπεράσει το 30% του '91. Είναι βέβαιο ότι θα υπάρξει σοβαρή ανακατανομή των διαφημιστικών κονδυλίων στα ΜΕΣΑ και ακόμη ένα ξεχωριστό ενδιαφέρον για τις τοπικές αγορές εκτός Αθηνών.

Εύχομαι και περιμένω το '92 από μία δύσκολη χρονιά που φαίνεται να είναι, να γίνει τελικά η ενερgeticή χρονιά της σταδιακής βελτίωσης για τη χώρα μας, από εμάς εξαρτάται εάν το θέλουμε.

### ΚΛΕΑΝΘΗΣ ΔΑΝΟΠΟΥΛΟΣ Σκηνοθέτης



Το 1991 είναι η χρονιά που μάθαμε να περιμένουμε την τελευταία δεκαετία. Μία από τις σπάνιες περιπτώσεις που ένα μέρος της ανθρωπότητας προσπαθεί να οριοθετήσει την Ιστορία γιατί δεν πρέπει να ξεχνάμε πως καμία από τις χρονολογίες που σημάδεψαν την πορεία της εξέλιξης του πολιτισμού δεν προγραμματίστηκε ποτέ. Το '92, στο επίπεδο τουλάχιστον του επιθυμητού, σηματοδοτεί μία Αρχή και

ένα Τέλος. Και ενώ κανείς δεν έχει αντίρρηση να ονειρευτεί το μέλλον που ακολουθεί την αρχή, σχεδόν όλοι αρνούνται να αποδεχτούν τις θυσίες που προϋποθέτει το τέλος. Τίποτα όμως δεν μπορεί να σταματήσει τη ροή των γεγονότων. Αναπόφευκτα ο κόσμος μικραίνει και οι διαστάσεις των κρατών-δυνάμεων μεγαλώνουν.

Το παρελθόν μας δείχνει μία πορεία συγκρούσεων, βίας και επιβολής. Το μέλλον έχουμε δικαίωμα να το ονειρευόμαστε απαλλαγμένο από τα λάθη, αφού είναι οι δικές μας πράξεις που ονομάζονται Παρόν.

### Δ. ΒΑΡΒΑΡΕΣΟΣ Διακοσμητής επαγγελματιών χώρων



Ποιότητα ζωής προερχόμενη από την εισαγωγή νέων TRAST που θα μπουν στη χώρα μας με αποτέλεσμα να υπάρξει μεγάλος ανταγωνισμός. Αλλά παρ' όλα ταύτα είναι ένα ερέθισμα για να δημιουργήσουμε και να περάσουμε τα δικά μας μηνύματα και έργα.

Χρειάζεται υπεύθυνη και σωστή δουλειά, ποιότητα και προπάντων συνέπεια.

Καλώς να μας έρθει.

### Δ. ΒΑΛΣΑΜΗΣ PhD Δ/ντής του Foundation College



Αντίθετα με τον εμπορικό, βιοτεχνικό και βιομηχανικό κόσμο, ο τομέας της εκπαίδευσης που ασχολείται με προετοιμασία σπουδαστών για πανεπιστήμια της Αγγλίας έχει ήδη γνωρίσει προ πολλού την «Ευρωπαϊκή ενοποίηση». Έλληνες σπουδαστές κατακλύζουν τις χώρες της δυτικής Ευρώπης και ιδιαίτερα την Αγγλία αναζητώντας μία καλύτερη ακαδημαϊκή εκπαίδευση και επαγγελματική κατάρτιση. Δεν

πιστεύω λοιπόν ότι η τυπική ενοποίηση του '92 έχει να φέρει σημαντικές αλλαγές σε αυτές τις εκπαιδευτικές τάξεις. Βέβαια η προπαγάνδα της ενοποίησης του '92 ήδη έχει θετικές επιπτώσεις στον τομέα μας διότι αφενός μεν, όλο και περισσότερο ο κόσμος εξοικειώνεται με την ιδέα της Ευρώπης και ξεπερνά το ψυχολογικό φράγμα του να ζει σε «ξένη χώρα», αφετέρου η διάδοση της εκμάθησης ξένων γλωσσών διευκολύνει την τελική απόφαση ενός σπουδαστή να σπουδάσει σε μία χώρα της οποίας τη γλώσσα ήδη γνωρίζει. Οι προσδοκίες για τα ιδιωτικά πανεπιστήμια μάλλον αποδείχθηκαν πρώιμες διότι πιστεύω ότι το ουσιαστικό πρόβλημα δεν είναι νομοθετικό αλλά ακαδημαϊκό και μάλλον άσχετο με το '92 - άλλωστε τα αξιόλογα πανεπιστήμια στις χώρες της δυτικής Ευρώπης δεν είναι ιδιωτικά.

### Β. ΤΣΙΓΚΑΝΟΣ Συμβ. Επικοινωνίας Lintas



Θα έχουμε όλοι οι Έλληνες την ευκαιρία να νιώσουμε ΕΥΡΩΠΑΙΟΙ ή να παραμείνουμε Βαλκάνιοι.

Θα έχουμε νέο πολιτικό προσκήνιο και περιβάλλον. Ο κ. Μητσotάκης και ο κ. Παπανδρέου, θα κάνουν τις πολιτικές τους συγκεντρώσεις στον Ιππόδρομο αντί στο Σύνταγμα και το Πεδίο του Άρεως.

Θα νιώσουμε όλοι το νέο όρο της Οικονομίας «ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΕΥΕΛΙΞΙΑ». Θα μπαίνουμε στο SUPER MARKET με το νέο Δεκαχίλιαιο και θα βγαίνουμε με ένα 5κιλο

SKIP προσφορά αγοράζοντας 29 κατασκευαστές πλυντηρίων και 2 κιλά πατάτες.

Θα ζούμε χωρίς νέφος καθώς το κράτος θα δώσει νέα κίνητρα για απόσυρση παλαιών και νέων αυτοκινήτων για να αγοράσουμε εισαγόμενα ποδήλατα και γαϊδουράκια.

Θα έχουμε λιγότερους νεκρούς σε τροχαία καθ' όσον θα απαγορευτεί η έξοδος των Αθηναίων τα Σαββατοκύριακα.

Θα νιώσουμε όλοι εμείς οι καθαρά Έλληνες ανώτεροι πολίτες, αφού ένας στους δύο κατοίκους της Ελλάδας θα είναι αλλοδαπός.

Δε θα χρειάζεται να ξοδεύουμε χρήματα για βραδινή έξοδο γιατί θα έχουμε τη «Μοναδική» TV στην Ευρώπη. Θα την ανοίγουμε να παρακολουθήσουμε τις διαφημίσεις και θα βλέπουμε «σφήνα» κανένα έργο και τις ειδήσεις.

Το 1992 σημαίνει δηλαδή με λίγα λόγια ότι θα είναι μια χρονιά Ορόσημο για την πορεία μας στην «Ανάπτυξη και στον Εκσυγχρονισμό».

### Π. ΘΩΜΑΔΑΚΗΣ Γεν. Δ/ντής της ACS LTD

Μα τι άλλο από δύσκολους μήνες, βδομάδες, μέρες και ώρες. Ήδη μήκαμε σε μια βαρυχειμωνιά για την οικονομία μας. Φαίνεται πως το 1992 θα 'ναι η αφετηρία μας, ας ελπίσουμε,

### ΛΑΜΠΡΟΣ ΚΟΚΚΙΝΟΣ Πρόεδρος της Ένωσης Ελληνικών Ασφαλιστικών Εταιριών

Ο τρίτογενής τομέας αποτελεί αναμφίβολα το σημαντικότερο παράγοντα στη διαμόρφωση του Α.Ε.Π. Είναι γεγονός ότι ο τομέας παροχής υπηρεσιών, θα δεχθεί άμεσες και ουσιαστικές επιδράσεις από την Ευρωπαϊκή ενοποίηση. Η δυναμική όμως της ασφαλιστικής αγοράς πιστεύουμε ότι έχει ήδη διαμορφώσει ένα ισχυρό πλαίσιο που δεν μπορεί εύκολα να ανατραπεί από τον ευρωπαϊκό ανταγωνισμό.

Η σημαντική αύξηση παραγωγής των τελευταίων ετών (ακόμα και σε αποπληθωρισμένες τιμές) καθώς επίσης και η αναδιάρθρωση του χαρτοφυλακίου των εταιριών, δείχνει ότι η ασφαλιστική αγορά κτίζει το μέλλον της σε στέρεες βάσεις.

Το χαμηλό ποσοστό συμμετοχής του τομέα των ασφαλειών στο Α.Ε.Π. σε σχέση με τις υπόλοιπες ευρωπαϊκές χώρες, δείχνει τα περιθώρια ανάπτυξης που έχει η ελληνική ασφαλιστική αγορά. Ο ευρωπαϊκός ανταγωνισμός θα οδηγήσει στη διεύρυνση της ελληνικής αγοράς και όχι σε ουσιαστική ανακατανομή των μεριδίων που έχουν οι ασφαλιστικές εταιρίες σε αυτήν.

Με τα δεδομένα που συνοπτικά



αναφέρθηκαν οι ελληνικές ασφαλιστικές εταιρίες μπορούν να χαράξουν μια επιτυχημένη στρατηγική για τη δεκαετία που έρχεται.

### ΛΑΜΠΡΟΣ ΚΟΚΚΙΝΟΣ Γενικός Διευθυντής της Α.Ε.Ε.Γ.Α. «Η ΕΘΝΙΚΗ»

Η Εθνική Ασφαλιστική επί 100 χρόνια τώρα, διαδραματίζει έναν ηγετικό ρόλο στην ελληνική αγορά. Κατέχει την πρώτη θέση σε παραγωγή ασφαλιστρών και συνεχίζει

πενταετίας, που θα νιώθω τη θηλιά στο λαιμό μου, όπως και όλοι οι Έλληνες. Κι αυτή η θηλιά πότε θα σφίγγει και πότε θα χαλαρώνεται



ώπου να φτάσουμε μια στιγμή που θα την πετάξουμε από πάνω μας γιατί θα 'χουμε βγει σ' ένα ξέφωτο.

Έτσι, το 1992 θα 'ναι για μένα (και για τον καθένα) ένας πολύ κρίσιμος χρόνος που νιώθω πως θα πορευτούμε σ' αυτόν, μέσα από μια ισχυρή πρόκληση για αναθεώρηση του συστήματος της προσωπικής και της επαγγελματικής λειτουργίας μας, καθώς η χώρα μας θα οδεύει μέσα από τη σκληρή οικονομική κρίση προς την αντιμετώπιση της πραγματικότητας για μια νέα τάξη ζωής και δράσης, μέσα στα πλαίσια των νέων ευρωπαϊκών αναζητήσεων και της νέας αναδιαμόρφωσης του κόσμου μέσα από τη συνολική πνευματική, ηθική και, κατά συνέπεια, υλική κρίση του. Από μια κρίση που δεν μας σώζουν πια τεχνάσματα, τεχνολογίες ή παραλογισμοί.

Τέλος, το 1992 το βλέπω σαν ένα φυλλοβόλο δέντρο που θα μείνει, μόνο με τα ξεραμένα κλαδιά του να μας προκαλούν θλίψη αλλά και ελπίδα για το άνθισμά του, όταν θα 'ρθει η άνοιξη της οικονομίας μας.

Τέλος, το 1992 το βλέπω σαν ένα φυλλοβόλο δέντρο που θα μείνει, μόνο με τα ξεραμένα κλαδιά του να μας προκαλούν θλίψη αλλά και ελπίδα για το άνθισμά του, όταν θα 'ρθει η άνοιξη της οικονομίας μας.

## M. ΑΝΔΡΟΝΙΚΟΣ Δ/ντής Marketing N/N



Όπως ήδη γνωρίζετε, η Nationale - Nederlanden από το 1982 έχει ένα εκτεταμένο δίκτυο στις περισσότερες Ευρωπαϊκές χώρες, με ολοκληρωμένη Κοινοτική φιλοσοφία και στρατηγική. Με τον τρόπο αυτό διασφαλίζεται ότι όλες οι Εταιρίες μέλη του Ομίλου, θα προσφέρουν τις ίδιες ποιοτικές χρηματοοικονομικές υπηρεσίες. Πρόσφατα η Nationale - Nederlanden επεκτάθηκε και σε χώρες της

Ανατολικής Ευρώπης ακολουθώντας τη στρατηγική και τη φιλοσοφία ανάπτυξης της N-N Ελλάδος που αποτελεί για όλο το Γρουπ των εταιριών της N-N παράδειγμα προς μίμηση.

Συγκεκριμένα στη χώρα μας εδώ και αρκετά χρόνια με την κρουστική φιλοσοφία μας κοντά στον πελάτη, κοντά στον συνεργάτη, συν ένα στον πελάτη συν ένα στον συνεργάτη, έχουμε βάλει τις βάσεις σύμφωνα με το know-how της μητέρας εταιρίας από την Ολλανδία προκειμένου να αντιμετωπίσουμε την πρόκληση του 1992.

Με τη μεγαλύτερη τράπεζα της Ολλανδίας που σε λίγους μήνες θα ξεκινήσει εργασίες στην Ελλάδα για να καλύπτει και τις ανάγκες των ασφαλισμένων μας και με την πώληση του Αμοιβαίου Κεφαλαίου σε ξένο συνάλλαγμα η Nationale - Nederlanden για μια ακόμα φορά θα αποδείξει ότι προσφέρει τις καλύτερες υπηρεσίες της στο ελληνικό κοινό πάντα και μόνο μέσω των ασφαλιστών της αποκλεισμένων των χρηματιστών,

των πρακτόρων ή οποιωνδήποτε άλλων μεσαζόντων.

Έτσι είμαστε έτοιμοι με μεγάλη οργάνωση, τεχνογνωσία και δυναμική πολιτική να πρωταγωνιστήσουμε στην Ελληνική ασφαλιστική αγορά.

## ΜΙΧΑΛΗΣ ΑΝΕΣΤΗΣ - N/N

Ανταποκρινόμενοι στο «κάλεσμα», ετοιμαζόμαστε να διανύσουμε τον πρώτο χρόνο της ευρωπαϊκής ενοποίησης.

Τα πλεονεκτήματα από την ενοποιημένη ασφαλιστική αγορά, τα νέα ασφαλιστικά προϊόντα, καθώς και οι νέες μέθοδοι πώλησης των προϊόντων αυτών, θα αποτελέσουν σημείο μέγιστου ενδιαφέροντος για όλους εμάς τους «εργάτες» της ελληνικής ασφαλιστικής αγοράς.

Από τη δική μου πλευρά, θα ήθελα να επισημάνω και να ευχηθώ, συγχρόνως, τρία πράγματα:

1) Εμείς οι managers θα πρέπει να δώσουμε μεγαλύτερο βάρος στην σωστή εκπαίδευση και τον επαγγελματισμό των ασφαλιστών μας.

2) Οι συνεργάτες μας να συνειδητοποιήσουν ότι για να τυγχάνουν γενικότερης εκτίμησης στον επαγγελματικό τους χώρο, θα πρέπει να βασίζονται στην δουλειά τους επάνω στην «ποιότητα».

3) Την στιγμή που ο ανταγωνισμός μεταξύ των εταιριών, σε επίπεδο ασφαλιστικών προγραμμάτων, έχει σαν αποτέλεσμα την παροχή καλύτερων υπηρεσιών προς τον πελάτη, θα ευχόμουν και για εκείνον να αποκτήσει σιγά-σιγά την τόσο πολυπόθητη για την πρόοδο και ανάπτυξη σε σταθερές βάσεις της δουλειάς μας, ασφαλιστική συνείδηση.

Καλή Χρονιά σε όλους.

## K. ΜΠΙΡΑΚΟΣ Δ/νων Σύμβουλος Αγροτική Ασφαλιστική



Η Ευρώπη μπήκε στην τελευταία δεκαετία του αιώνα με εμπιστοσύνη. Εντός του 1992 η δημιουργία μιας ενιαίας αγοράς όπου θα κυκλοφορούν ελεύθερα άνθρωποι, αγαθά, κεφάλαια και υπηρεσίες, αποτελεί την κινητήρια δύναμη. Ιδιαίτερη προσπάθεια καταβάλλεται στο χώρο των χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών, (τράπεζες, ασφαλιστικές εταιρίες, χρηματιστήρια κ.λπ.).

Στόχοι είναι αφενός μεν η παροχή ενός ευρύτερου φάσματος υπηρεσιών στους πολίτες της ενοποιημένης Ευρώπης αφετέρου η δημιουργία δυνατοτήτων ώστε οι ευρωπαϊκοί χρηματοοικονομικοί οργανισμοί να ανταποκριθούν στον ανταγωνισμό των ΗΠΑ και Ιαπωνίας.

Η ελληνική ασφαλιστική αγορά και οι ελληνικές ασφαλιστικές εταιρίες, έχουν ήδη εξοικειωθεί με το θέμα του ελεύθερου ανταγωνισμού, αφού ήδη λειτουργούν στη χώρα μας ξένες εταιρίες ασφαλιστικές και φυσικά πάρα πολλές ανασφαλιστικές, και μπορούν να ανταπεξέλθουν με επιτυχία την πρόκληση του 1992 με σωστή προετοιμασία και δημιουργία σταθερών προϋποθέσεων και στρατηγική της λειτουργίας τους.

Η ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΗ μελετά το θέμα σε όλες του τις διαστάσεις και προετοιμάζεται να στραφεί σε τομείς, που έχουν

και μεγαλύτερη απόδοση και θα αποτελέσουν στο άμεσο μέλλον πεδίο έντονης επενδυτικής προσπάθειας.

## ΣΠΥΡΟΣ ΑΛΕΞΑΝΔΡΑΤΟΣ Διευθύνων Σύμβουλος - Continental



Κατ' αρχάς πρέπει να διευκρινίσουμε ότι το 1992 ουσιαστικά σημαίνει 1993! Διότι η Ενιαία Ευρωπαϊκή Αγορά αρχίζει να λειτουργεί από την 1/1/1991, εκτός... απρόοπτου.

Επειδή πολλά λόγια και πολύ μέλανι έχουν σπαταληθεί για το θέμα, προσωπικά προτιμώ να το βλέπω πιο απλά: Σημαίνει ότι επί τέλους θα πεισθούμε και θα αναγκασθούμε να

εφαρμόσουμε και στη χώρα μας ορισμένες αρχές και μεθόδους βασισμένες στην κοινή λογική, τις οποίες θα έπρεπε να έχουμε υιοθετήσει από πολύ καιρό, εάν πραγματικά ενδιαφερόμαστε να πάμε μπροστά. Σημαίνει, δηλαδή να βάλουμε σε κίνηση τις πολλές θετικές και δημιουργικές δυνάμεις και τα ταλέντα του κάθε Έλληνα και να εγκαταλείψουμε τον χωαδερφισμό, την απαίτηση δικαιωμάτων χωρίς υποχρεώσεις και την αρχή της «ήσσοнос προσπάθειας».

Γι' αυτόν τον λόγο είμαι αισιόδοξος και για την πορεία των Ελλήνων ασφαλιστών (στελεχών, μάντζερς, παραγωγών, υπαλλήλων) μετά το 1992, μια και ο χώρος μας έχει ήδη κατορθώσει να αξιοποιήσει πολλά θετικά στοιχεία που αναφέραμε.

## E. ΔΟΡΚΟΦΙΚΗ Πρόεδρος Δ.Σ. Ιονικής

Σαν στέλεχος μιας ασφαλιστικής εταιρίας έχω παρακολουθήσει από κοντά τις ραγδαίες ανακατατάξεις που γίνονται μέσα στην ελληνική ασφαλιστική αγορά.

Μετά το 1992, το οποίο έχει γίνει ορόσημο και το οποίο έχουν σαν αφετηρία όλοι οι ασφαλιστικοί οργανισμοί, ο ανταγωνισμός μεταξύ των ασφαλιστικών επιχειρήσεων θα είναι μεγαλύτερος με αποτέλεσμα να ωφεληθεί ο καταναλωτής.

Όσο πλησιάζουν οι ημερομηνίες ενάρξεως εφαρμογής των κοινοτικών οδηγιών που θα θεσμοθετήσουν την απελευθέρωση των ασφαλιστικών υπηρεσιών και θα ενιαιοποιήσουν την ασφαλιστική νομοθεσία σ' όλες τις χώρες-μέλη της ΕΟΚ, όλοι εμείς στον ελληνικό ασφαλιστικό χώρο προβληματιζόμαστε σοβαρά για το πόσο είναι δυνατή η διαμόρφωση μιας ενιαίας ευρωπαϊκής ασφαλιστικής αγοράς στο άμεσο μέλλον, παρ' όλο που είμαστε ίσως ο μόνος κλάδος, όχι μόνο των χρηματοοικονομικών υπηρεσιών, αλλά και συνολικότερα, που παρουσιάζει άμεσες δυνατότητες μια ραγδαία απότομη ανάπτυξης, γιατί η ελληνική αγορά έχει τερά-



στιες δυνατότητες, δεδομένου ότι το ποσό του ακαθαρίστου εθνικού εισοδήματος που διατίθεται για ασφάλιση είναι το 1/3 του αντίστοιχου ευρωπαϊκού.

Άλλωστε εκ των πραγμάτων οι ελληνικές ασφαλιστικές εταιρίες είναι αναγκασμένες να αναπτύξουν άμεσα μια έντονη επιθετική τακτική και ταυτόχρονα να κά-

νουν γρήγορες αμυντικές κινήσεις για να προστατευθούν από τους υπερπόντιους ανταγωνιστικούς ασφαλιστικούς κολοσούς.

Η δεκαετία που μας χωρίζει μέχρι το 2000 θα είναι δύσκολη αλλά συγχρόνως προκλητική ανταγωνιστική. Μόνο η σωστή προετοιμασία και η οργάνωση σε νέες βάσεις θα είναι το διαβατήριο για τις ελληνικές ασφαλιστικές εταιρίες να πάρουν μέρος στο «μεγάλο παιχνίδι» που πρόκειται να παιχθεί μετά το 1992 στα πλαίσια της ενωμένης Ευρώπης.

Αναμφισβήτητα οι ξένες ασφαλιστικές εταιρίες θα δημιουργήσουν μια σειρά προβλημάτων στην ελληνική αγορά αλλά παράλληλα η αγορά αυτή συνεχώς θα διευρύνεται, θα χαρακτηρίζεται για το δυναμισμό της και θα παρέχει και τεράστια περιθώρια ανάπτυξης.

Σήμερα οι ασφαλιστικές εταιρίες σαν επιχειρήσεις που τζιράρουν περισσότερα από 100 δισεκατομμύρια το χρόνο, φαίνεται λίγο πριν έρθει το 1992, σαν οι τράπεζες του εικοστού πρώτου αιώνα.

Η «ασφαλιστική βιομηχανία» είναι ο κλάδος αιχμής της οικονομίας και οι ασφαλιστικές ζωής είναι οπωσδήποτε ο πιο δυναμι-

κός τομέας των ασφαλιστικών δραστηριοτήτων. Αποτελούν σοβαρό χώρο υποδοχής σημαντικών αποταμιευτικών πόρων, αναγκαίων για να χρηματοδοτήσουν ευρύ φάσμα παραγωγικών επενδύσεων. Οι υπηρεσίες που προσφέρει ο θεσμός της ασφάλισης ζωής είναι τεράστιες, τόσο για τα άτομα-καταναλωτές, όσο και για την εθνική οικονομία της χώρας. Βέβαια η ιδιωτική ασφάλιση δεν μπορεί να υποκαταστήσει την κοινωνική, μπορεί όμως να την συμπληρώσει. Άρα ο ρόλος που διαδραματίζουν οι ασφαλιστικές εταιρίες στον κοινωνικό τομέα είναι πολύ σημαντικός και μπορούμε να πούμε σ' αυτό το σημείο ότι τα διάφορα ασφαλιστικά προγράμματα έχουν παρουσιάσει σημαντική πρόοδο. Εδώ θα έπρεπε να τονίσω ότι στον κλάδο αυτό θα ριξουν το βάρος τους και οι ευρωπαϊκές εταιρίες που λειτουργούν ή που θα λειτουργήσουν στην Ελλάδα. Και όλοι εμείς, οι ασφαλιστές, θα πρέπει να καταβάλουμε ακόμη μεγαλύτερες προσπάθειες για να επωφεληθούμε δυναμικά από τις άριστες προοπτικές των ασφαλίσεων ζωής στη χώρα μας, προοπτικές που ήδη έχουν συνειδητοποιήσει οι μεγαλύτερες ευρωπαϊκές εταιρίες.

Τέλος θα πρέπει να αναφέρω ότι μόλις

το 7-8% του ενεργού πληθυσμού στην Ελλάδα είναι ασφαλισμένο σε ασφαλιστική εταιρία. Οι Έλληνες δεν είναι ιδιαίτερα ευαισθητοποιημένοι στο θέμα της ιδιωτικής ασφάλισης, για αυτό χρειάζεται από την Ένωση των Ασφαλιστικών Εταιριών μια προβολή του κοινωνικού έργου που προσφέρουν αυτές στο κοινωνικό σύνολο για την ανάπτυξη ασφαλιστικής συνειδήσεως.

Ιδιαίτερα μάλιστα τώρα που η κοινή αγορά προωθεί στην τελική του μορφή το θεσμικό πλαίσιο, στο οποίο θα προσαρμοθούν οι εθνικές νομοθεσίες. Το άρθρο «περί παροχής υπηρεσιών στον τομέα της ασφάλειας "Ζωής" της ΕΟΚ», επιτρέπει την ελεύθερη παροχή ασφαλιστικών υπηρεσιών, ενώ ταυτόχρονα εγγυάται μια ιδιαίτερη προστασία του ασφαλισμένου, η οποία δικαιολογείται από την πολυπλοκότητα των ασφαλιστικών υποθέσεων και από την κατά κανόνα πολύ μακριά διάρκεια των αναλαμβανόμενων υποχρεώσεων στον τομέα των ασφαλειών ζωής. Το κείμενο, σε αντίθεση με την αρχική πρόταση της επιτροπής, που καλύπτει μόνο τις ατομικές ασφάλισεις, προβλέπει και την κάλυψη των ομαδικών ασφαλίσεων. Η απόφαση μάλιστα της γαλλικής κυβερνήσεως

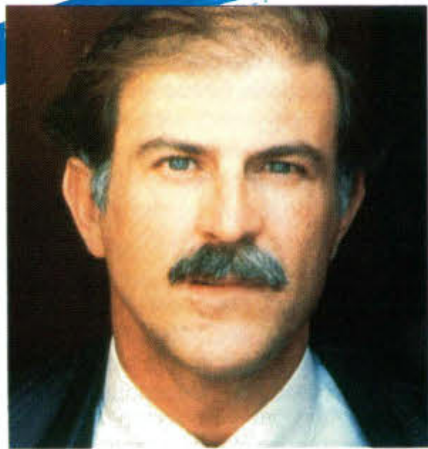
να καθιερώσει (το 1987) νομοθετικά την ιστιμία μεταξύ κοινωνικών ταμείων και ιδιωτικών ασφαλιστικών εταιριών, στον τομέα των συντάξεων, υπήρξε ένα σημαντικό γεγονός που ανοίγει μια νέα εποχή στην ιστορία του ασφαλιστικού θεσμού. Στο πρόγραμμα αποταμιεύσεως για συνταξιοδότηση ο Γάλλος πολίτης μπορεί να επιλέξει ελεύθερα, αν θα πληρώσει την εισφορά του και αν θα πάρει την σύνταξη του από το κράτος ή από την ασφαλιστική εταιρία της επιλογής του. Πρόκειται για μια εξέλιξη που προκαλείται, κυρίως από την δημογραφική γήρανση των ευρωπαϊκών πληθυσμών, και από την προσπάθεια των κυβερνήσεων να ελαφρύνουν τα συνταξιοδοτικά βάρη από τους ώμους των κοινωνικών ταμείων. Η ίδια τάση υπάρχει και στην Ιταλία και στη Σουηδία. Στην Ισπανία η εξέλιξη είναι ακόμη πιο ενδιαφέρουσα και θυμίζει αρκετά τα δικά μας προβλήματα. Στην Ισπανία λοιπόν, όπως ίσως γνωρίζετε, με απόφαση της Κυβερνήσεως Γκονζάλες, μειώθηκαν οι συντάξεις που προέρχονται από τους κοινωνικούς φορείς. Τέλος στην Ολλανδία υπάρχει πρόταση καταργήσεως της κοινωνικής συνταξιοδοτήσεως και υποκατάστασή της από την ιδιωτική ασφάλιση.

# ΜΕΤΡΟ ΕΠΙΤΥΧΙΑΣ

## Η ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΩΝ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΩΝ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΩΝ ΜΑΣ!

# ΓΙΩΡΓΟΣ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥ ΒΕΡΝΙΚΟΣ

## VERNICOS YACHTS



Ο Δημήτρης Κοντομηνάς του ενέπνευσε αγάπη για τον ασφαλιστικό χώρο, ο Μάκης Ρουχωτάς του έμαθε σημαντικά πράγματα, είναι στο ΔΣ της METROLIFE και θεωρεί τον Δούκα Παλαιολόγο σημαντική προσωπικότητα.

Για τον Τριαντάφυλλο Λυσιμάχου πιστεύει πως είναι ο καλύτερος Έλληνας τεχνοκράτης του ασφαλ. χώρου.

Πριν 4-5 χρόνια είχα την πρώτη μου εξ' αποστάσεων γνωριμία με το όνομα Γ. ΒΕΡΝΙΚΟΣ σε μια παρουσίαση στο περιοδικό ΕΝΑ πέντε Ελλήνων που έγιναν εκατομμυριούχοι. Έγραφε τότε ο δημοσιογράφος του ΕΝΑ: ΝΕΟΙ, ΠΛΟΥΣΙΟΙ ΚΑΙ ΑΥΤΟΔΗΜΙΟΥΡΓΗΤΟΙ με ιδέες και διάθεση για δημιουργία. Έκοψα τότε την σελίδα και την κράτησα. Με μάγεψε αυτή η δημιουργικότητα, η διορατικότητα, η δύναμη της νέας γενιάς εφοπλιστών. Έτσι με την συνεργασία του φίλου Δημήτρη Κουκιά βρήκαμε τον Γιώργο Βερνίκο και φιλοξενούμε τις απόψεις του στο ΝΑΙ.

ότι έχω συμβάλει έστω και λίγο για την προβολή της Ελλάδας διεθνώς.

Εάν μπορούσα να συνοψίσω τις βασικές κατευθυντήριες γραμμές γι' αυτό που ονομάζεται επιτυχία και προσπαθώ να εφαρμόσω, είναι βασικά τα εξής σημεία:

α) Πίστη στον ιδιαίτερο ρόλο που καλείται να παίξει ο επιχειρηματίας σε μία εποχή όπου τα βασικά προβλήματα είναι οικονομικά.

β) Ιδιαίτερη σημασία στην έννοια του ανθρώπινου παράγοντα.

γ) Αξιοποίηση των σύγχρονων χρηματοοικονομικών δυνατοτήτων.

δ) Διεθνείς συνεργασίες.

ε) Πίστη στις μεγάλες δυνατότητες και στα συγκριτικά πλεονεκτήματα που έχει ο Θαλάσσιος Τουρισμός για την Ελλάδα.

Διοκώντας μία τέτοια επιχείρηση έχετε σίγουρα μία μεγάλη εμπειρία με τις ασφάλειες. Ποια θετικά και ποια αρνητικά έχετε να επισημάνετε για το πώς εφαρμόζετε η ασφάλιση στην Ελλάδα;

Τα τελευταία χρόνια έχουν γίνει σημαντικές εξελίξεις στον Ασφαλιστικό χώρο, ο οποίος ούτως ή άλλως έχει τεράστιες δυνατότητες ανάπτυξης. Σύμφωνα με στοιχεία του 1990, ο Ασφαλιστικός τομέας κάλυπτε το 1% του Α.Ε.Π. με μέσο

όρο της Ευρώπης 6%. Αυτό και μόνο το νούμερο δείχνει τις δυνατότητες που υπάρχουν.

Η γενικότερη ανάγκη εκσυγχρονισμού που ισχύει για την Ελληνική κοινωνία ισχύει και για την περίπτωση της εξέλιξης του θεσμικού πλαισίου του Ασφαλιστικού χώρου και των Ασφαλιστικών προϊόντων. Βρισκόμαστε σε εξέλιξη ενός ανταγωνισμού και μία αναπτυσσόμενη Αγορά που θα έχει σαν αποτέλεσμα να παρουσιαστούν πολλά νέα προϊόντα. Φυσικά όλα τα ελαττώματα και τα προτερήματα του Έλληνα υπάρχουν και στην Ασφαλιστική Αγορά, είτε αφορά τον Ασφαλιστή είτε αφορά τον ασφαλιζόμενο.

Ποια ήταν η πρώτη σας επαφή με ασφαλιστή;

Εκτός από την αγάπη μου προς τη θάλασσα είχα την τύχη από μικρός να μου εμπνεύσει αγάπη για τον Ασφαλιστικό χώρο ο Δημήτρης Κοντομηνάς. Από το 1971 είμαι παραγωγός ασφαλίσεων και πρώτος μου δάσκαλος υπήρξε ο Μάκης Ρουχωτάς, που μου έμαθε πολλά και σημαντικά πράγματα. Σήμερα εξακολουθώ να ασχολούμαι με τον Ασφαλιστικό χώρο, είτε σαν ασφαλιστής στον κλάδο των σκαφών όπου έχουμε ένα από τα σημαντικότερα χαρτοφυλάκια, είτε ασχολούμενος με τη Διοίκηση Ασφαλιστικών εταιριών.

Αξίζει στο σημείο αυτό να σας σημειώσω ότι μέχρι πρόσφατα ήμουν στο Διοικητικό Συμβούλιο της ΕΘΝΙΚΗΣ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΗΣ, από το οποίο παραιτήθηκα κυρίως για λόγους διαφορών νοοτροπίας και σήμερα είμαι στο Διοικητικό Συμβούλιο της εταιρίας METROLIFE. Αξίζει επίσης να σας επισημάνω ότι η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΛΕΣΧΗ ΤΑΞΙΔΙΩΤΩΝ, που δημιουργήθηκε πρόσφατα από 150 επώνυμους Έλληνες και προσδοκά μέσα στο 1992 να έχει 10.000 μέλη, έχει ένα πρωτοποριακό πρόγραμμα ταξιδιωτικών ασφαλίσεων.

Ποια ήταν τα κριτήρια με τα οποία επιλέξατε την ασφαλιστική εταιρία της επιχείρησής σας;

Εσείς προσωπικά είσθε ασφαλισμένος και πώς επιλέξατε τον προσωπικό σας ασφαλιστή;

Σαν εταιρία συνεργάζομαι με αρκετές ασφαλιστικές εταιρίες με κριτήριο την εξειδίκευση που έχει η κάθε μία σε συνδυασμό με την προσωπικότητα του ασφαλιστή με τον οποίο συνεργάζομαι.

Προσωπικά έχω ποικιλία ασφαλιστικών καλύψεων που έχουν γίνει σε διάφορα στάδια της ζωής μου και συναναστρέφομαι, έχω φίλους και συνεργάζομαι με πολλούς ασφαλιστές.

Στη χώρα μας που περιστοιχίζεται από θάλασσα, ποιες είναι οι ασφαλιστικές ανάγκες που παραμένουν ακάλυπτες από τα προγράμματα των ασφαλιστικών εται-

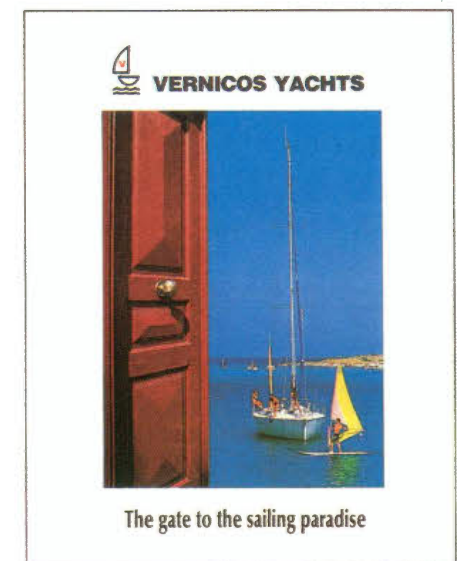
ριών σχετικά με το χώρο του Γιώτινγκ;

Οι δυνατότητες εξέλιξης στο χώρο του Γιώτινγκ των ασφαλιστικών καλύψεων είναι πολλές.

Θα περιλάμβανα τα θέματα της ασφάλισης απώλειας ναύλου, της ασφάλισης των επιβαινόντων και πολλές άλλες. Όλες αυτές υπάρχουν αλλά δεν είναι σε ικανοποιητικό επίπεδο.

Υπάρχει κάτι που θα έπρεπε να υιοθετήσουν οι Ελληνικές ασφαλιστικές εταιρίες όσον αφορά το Γιώτινγκ προκειμένου να μη μειονεκτούν σε προγράμματα από τις αντίστοιχες αλλοδαπές;

Τα προγράμματα που πρέπει να υιοθετήσουν οι Ελληνικές ασφαλιστικές εταιρίες εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από τις αντασφαλιστικές καλύψεις. Απαιτείται μακροχρόνια σχέση, κατάλληλοι άνθρωποι, επιμονή και υπομονή μεταξύ της ασφαλιστικής εταιρίας και των αντασφαλιστών



που ενδιαφέρονται να ασχοληθούν με το αντικείμενο αυτό.

Εξχωρίζετε κάποιους επιχειρηματίες στην ασφαλιστική Αγορά;

Θεωρώ σημαντική τη γνωριμία μου με τον Δημήτρη Κοντομηνά και είμαι πολύ ευχαριστημένος με τη συνεργασία μου με το Γιώργο Καμπουράνη και με το πάθος των ανθρώνων της METROLIFE. Πιστεύω ότι ο Δούκας Παλαιολόγος αποτελεί μία σημαντική προσωπικότητα από τη νεότερη γενιά των ασφαλιστικών επιχειρηματιών και τον Τριαντάφυλλο Λυσιμάχου σαν τον καλύτερο Έλληνα τεχνοκράτη του ασφαλιστικού χώρου. Σημαντικοί επιχειρηματίες υπάρχουν φυσικά σε πολλές ασφαλιστικές εταιρίες. Θα ήθελα επίσης να αναφερθώ στο ήθος και την ικανότητα του Γιώργου Καραμάνου.

Τι έχετε να συμβουλευέστε ένα α-

σφαλιστή πριν χτυπήσει την πόρτα ενός εφοπλιστή;

Το marine insurance είναι εξειδικευμένο και απαιτεί εξοικείωση και βαθιά γνώση του αντικείμενου. Θα συμβούλευα τον ασφαλιστή, εάν δεν είχε γνώσεις του αντικείμενου να αποφύγει να κτυπήσει την πόρτα ενός εφοπλιστή.

Ποια είναι η γνώμη σας για την Ελλάδα του 1992;

Δεν θα ήθελα στη συνέντευξή μας αυτή να επεκταθώ ιδιαίτερα στο θέμα αυτό. Θέλω απλώς να συνοψίσω ότι ο διεθνής ανταγωνισμός γίνεται όλο και πιο έντονος και να επισημάνω ότι διαφαίνεται ότι θα έχουμε μία δύσκολη χρονιά. Για να επιβιώσουμε το 1992 θα συνόψιζα στη φράση ότι πρέπει να προσπαθήσουμε να κάνουμε το αδύνατο πραγματικότητα και τη φαντασία πράξη.

### ΒΙΟΓΡΑΦΙΚΟ

#### ΓΙΩΡΓΟΣ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥ ΒΕΡΝΙΚΟΣ.

Γεννήθηκε το 1950 στην Αθήνα. Οικονομολόγος - Επιχειρηματίας. Σπούδασε Οικονομικά στα Πανεπιστήμια Αθηνών και Λονδίνου. Πρόεδρος της ΒΕΡΝΙΚΟΣ ΚΟΤΤΕΡΑ ΝΑΥΤΙΛΙΑΚΗΣ Α.Ε. Πρόεδρος της BLUE YACHTS Α.Ε. Συμμετέχει η ΒΕΝΕΤΕΑΥ Γαλλίας. Πρόεδρος της VER-SUN S.A. Συμμετέχει η SUNSAIL INTERNATIONAL Αγγλίας. Πρόεδρος της Επιτροπής Τουριστικών Επαγγελματιών Θαλαμηγών του Ν.Ε.Ε. Εκπροσωπεί τα Επαγγελματικά Θαλαμηγά στο Διοικητικό Συμβούλιο του ΝΑΥΤΙΚΟΥ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟΥ ΕΛΛΑΔΟΣ. Μετέχει στο Διοικητικό Συμβούλιο της Ασφαλιστικής Εταιρίας METROLIFE. Πρόεδρος της BPM (BUSINESS AND PROJECT MANAGEMENT), εταιρία με αντικείμενο δραστηριότητας στην παροχή ολοκληρωμένου MANAGEMENT για τον εκσυγχρονισμό, πώληση, συγχώνευση, επέκταση καθώς και την επιμόρφωση στελεχών επιχειρήσεων του Ιδιωτικού και Δημόσιου Τομέα.

Έχει διατελέσει:

Πρόεδρος του Ιδρύματος «Γ. & Αικ. Χατζηκόστα» (Ορφανοτροφείο). Μέλος του Δ.Σ. και οργανωτής του ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥ ΑΝΑΣΥΓΚΡΟΤΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ. Μέλος του Δ.Σ. του ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΔΗΜΟΣΙΟΥ ΥΛΙΚΟΥ (Ο.Δ.Δ.Υ.). Εντεταλμένος Σύμβουλος του ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΝΗΟΓΝΩΜΟΝΑ. Μέλος του Δ.Σ. της ΕΣΤΙΑΣ ΝΑΥΤΙΚΩΝ. Είναι τώως Δημοτικός Σύμβουλος του Δήμου Αθηναίων, μέλος της Δημαρχιακής Επιτροπής, Αντιπρόεδρος της Δημοτικής Επιχείρησης Τουρισμού και της Επιτροπής Δημοτικών Επιχειρήσεων του Δ. Αθηναίων. Μέλος του Δ.Σ. της ΕΘΝΙΚΗΣ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΗΣ.

Στις 18 Μαρτίου 1991 εξελέγη Πρόεδρος της ΕΝΩΣΗΣ ΠΛΟΙΟΚΤΗΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΣΚΑΦΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ (ΕΠΕ-Σ).

## ΕΤΗΣΙΟ ΣΥΝΕΔΡΙΟ ΟΜΙΛΟΥ INTERAMERICAN

# ΣΤΟΝ ΟΜΙΛΟ INTERAMERICAN ΚΑΙ\* ΟΙ «ΚΥΡΙΑΡΧΟΙ ΤΟΥ ΑΥΡΙΟΥ!»

«Είσαστε τυχεροί εσείς που εργάζεσθε στην INTERAMERICAN» δήλωσε ο Δημήτρης Κοντομηνάς. «Όλοι σήμερα συνδέουν την ασφάλεια με την INTERAMERICAN! Αύριο όλοι θα προσπαθούν να αντιγράψουν την εικόνα του ασφαλιστού της INTERAMERICAN. Το 1992 μας βρίσκει πανέτοιμους. Το 1992 αποτελεί πρόκληση για εμάς τους Έλληνες και όχι για τους ξένους. Οι ξένοι βρίσκονται ήδη εδώ. Απομένει σε μας όχι μόνο να αξιοποιήσουμε την αγορά μας, αλλά να στραφούμε και εκτός Ελλάδος. Από 1ης Ιανουαρίου 1992 χωρίζεται η INTERAMERICAN ΖΩΗΣ από τις άλλες εταιρίες που θα προσδεθούν σε μια HOLDING COMPANY. Ένα γκρουπ εταιριών θα είναι στη διάθεση των ανθρώπων της».

Το Συνέδριο της INTERAMERICAN έγινε 26-27 Νοεμβρίου 1991 στο Μέγαρο μουσικής Αθηνών με συμμετοχή 1720 συνέδρων, που αποτελεί και την μεγαλύτερη συμμετοχή στα ελληνικά χρονικά για ελληνική εταιρία (και όχι μόνο ασφαλιστική). Έχοντας την τύχη να είμαστε και στα 14 συνέδρια που έκανε η INTERAMERICAN από το 1977 ως σήμερα μπορούσαμε να διακρίνουμε την εφευρε-

\* Για το σύνθημα του συνεδρίου θα λέγαμε ότι θα έπρεπε να προστεθεί και το ΚΑΙ.

τικότητα του ηγέτη αυτής της εταιρίας να είναι με έργα πρωτότυπος και εφευρετικός, ακόμα και στην επιλογή του χώρου του συνεδρίου.

Ήτο επιτυχής επιλογή για τόσους ανθρώπους, ακόμα και σαν επίσκεψη σ' ένα από τα καλύτερα μέγαρα της Ευρώπης στο Μέγαρο Μουσικής Αθηνών ένα λιτό, λειτουργικό και πανάκριβο στολίδι της Αθήνας που δεν χρειάζεται φωνές και παραφωνίες και που αναγνωρίζει απλά τις νότες δημιουργίας. Και η INTERAMERICAN έπαιξε τις καλύτερες μουσικές δημιουργίες σ' αφτιά αυτών που βοήθησε

τόσο χρόνια στους πάμπολλους σχεδιασμούς της δημιουργώντας ασφαλιστές επαγγελματίες είτε στηρίζοντας νοικοκυριά με την πλήρωση θέσεων εργασίας, είτε με τις χιλιάδες αποζημιώσεις για το ξαναφτιάξιμο της ζωής και της περιουσίας χιλιάδων πελατών της. Επέλεξε δύο πράγματα να προβάλλει σ' αυτούς που ήθελαν να είναι «κυρίαρχοι του αύριο». **Πρώτο** σωστά πρόβλεψε πως για να νικήσει αύριο ένας ασφαλιστής τα διάφορα προβλήματα πρέπει να έχει μια δυνατή και μεγάλη εταιρία που μπορεί να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις

των πελατών. Γι' αυτό και πρόβαλλε τον ΟΜΙΛΟ INTERAMERICAN. **Δεύτερον** πρέπει να 'χει καλά προϊόντα. Γι' αυτό και αναφέρθηκε στα νέα προϊόντα του ομίλου INTERAMERICAN.

Στο πρόγραμμα του διήμερου συνεδρίου υπήρχε η ουσία του γενικού σχεδίου.

Παρακολουθήσαμε τους τιμηθέντες με διάφορα βραβεία και την σεμνή παρουσία τους στην συνάντηση αυτή κάνοντας συγκρίσεις μέναμε έκθαμβοι με τ' αποτελέσματα τους που θα ζηλεύανε εταιρίες. Μικρές εταιρίες μέσα σ' ένα μεγάλο όμιλο που



Ο δημιουργός του ομίλου INTERAMERICAN Δημ. Κοντομηνάς.



Ο πρώτος Δ/τής κ. Θ. Θωμόπουλος μαζί με συναδέλφους του.



Η πρώτη Δόκιμος Διευθύντρια κ. Αικ. Ματζουράνη μαζί με συναδέλφους της.



Η πρώτη Ασφαλίστρια της χρονιάς κ. Β. Κασφίκη μαζί με συναδέλφους της.

όπως είπε ένας απ' αυτούς «κάποτε ξεκίνησαν για επιβίωση και σήμερα ζούνε μαζί τους 100-200 οικογένειες».

Χωρίς τα ατέλειωτα παθητικά και τις ζημιές αρκετών ανταγωνιστών τους...

Ο οραματιστής Δ. Κοντομηνάς είτε τροφοδοτώντας τα αναιμικά ταμεία του ελληνικού κράτους μέσω τόσων εισφορών για εφορίες, ταμεία, επιμελητήρια κ.λπ...

Κινδυνεύει να αδικήσει τους ανθρώπους της INTERAMERICAN ένας επιπόλαιος θεατής αν δεν ξέρει πρόσωπα και πράγματα σ' αυτή την εταιρία που τίποτε δεν κάνει τυχαία...

Ο επιτυχημένος επιχειρηματίας Δ. Κοντομηνάς έχει να επιδείξει έργο κι όταν έχεις έργο δεν χρειάζονται πια «χειροκροτητές» και φωνές, εξέδρες θριάμβων και συνθηματολογίες, αλλά προσοχή, σύνεση, λιτές κινήσεις, στρατηγική, αυτοκριτική, περίσκεψη, για την κυριαρχία του αύριο, με επιστέγασμα την επισήμανση πως «η ποιότητα είναι παράγοντας επιβίωσης» μια ομιλία που ο ομιλητής Ν. Λογοθέτης επέλεξε να στείλει στο «ΝΑΙ» για τους αναγνώστες του.



Ουδείς υατέρησε στην προσπάθεια δημιουργίας του Ομίλου!



Άποψη αίθουσας συνεδρίου. Οι κρίκοι της αλυσίδας είναι όλοι σημαντικοί!



Όλοι έχουν να επιδείξουν έργο! Οι περιφ. Διευθυντές με τον ηγέτη τους Δ. Κοντομηνά.



20 δημιουργικά χρόνια και προγραμματίζουν σαν νέα παιδιά το μέλλον!



Συνάντηση μοναδική: — Μπράβο σου, είσαι καλύτερος! — Όχι, εσύ είσαι καλύτερος!



# ΠΟΙΟΤΗΤΑ: Παράγοντας Επιβίωσης

*«Βελτίωση» μπορεί να σημαίνει και μια κάποια αλλαγή νοοτροπίας. Και αυτό γιατί, η ποιότητα εξαρτάται από τη νοοτροπία αυτών που «τραβούν τα σχοινιά». Αν κάτι ποιοτικό που θέλεις να γίνει δεν γίνεται, ακολούθησε τα «σχοινιά» στην αφετηρία τους. Μπορεί να σε οδηγήσουν στο γραφείο κάποιου που ξέρεις. Ίσως και στο δικό σου!*

**Του Δρα Ν. ΛΟΓΟΘΕΤΗ  
Δ/ντος Συμβούλου TQM Hellas\*  
LTD**



**Β**ρισκόμενος μπροστά σας σήμερα, μέσα σ' αυτόν το θαυμάσιο χώρο, με κυριαρχεί ένα δέος. Και αυτό γιατί απευθύνομαι σε ένα ακροατήριο που αποτελείται από τους πιο σημαντικούς ανθρώπους, της πιο σημαντικής Ελληνικής εταιρίας: Τους Πωλητές - Ασφαλιστές, της INTERAMERICAN.

Είναι οι πιο σημαντικοί γιατί είναι η «βιτρίνα» της εταιρίας. Το «σημείο επαφής» με πάνω από 500.000 πελάτες. Οι εκφραστές μιας δημιουργικής προσπάθειας, πρωτοφανούς για τον Ελληνικό χώρο. Οι συνεχιστές μιας δυναμικής ανάπτυξης.

Ας μην ξεχνάμε βέβαια και τους «αφανείς ήρωες»: Το υπόλοιπο προσωπικό, που καθημερινά υποστηρίζουν επάξια τις πωλήσεις με την ικανή και γρήγορη διεκπεραίωση των συμβολαίων, των αιτήσεων και απαιτήσεων των πελατών, των πληρωμών και διαφόρων διαδικασιών.

Και ας μην ξεχνάμε και το Διοικητικό προσωπικό, που είναι υπεύθυνο για το ότι έφτασε η INTERAMERICAN σε ένα επίπεδο ποιοτικής επίτευξης που το βλέπουν οι ξένοι και το ζηλεύουν. Που το βλέπουν οι Έλληνες και νιώθουν την αδρεναλίνη του ενθουσιασμού να φτάνει στα ύψη, παραδεχόμενοι επιτέλους, και μετά από αμέτρητες απογοητεύσεις, ότι «υπάρχει ακόμη ελπίδα για αυτό τον τόπο».

Βέβαια, η Διοίκηση δεν πρέπει να επαπαυθεί. Χρειάζεται συνεχής προσπά-

θεια, αφ' ενός για τη διατήρηση των κερτημένων, και αφ' ετέρου για περαιτέρω βελτίωση και ξεπέρασμα των σημερινών ορίων. Όρια για την Ποιότητα δεν υπάρχουν. Τα όρια καθορίζονται από τους ίδιους τους ανθρώπους, και ιδιαίτερα από την ίδια τη Διοίκηση μιας εταιρίας, μέσω των πράξεων και αποφάσεών της. Και μέσω των προβλημάτων που οι ίδιοι προκαλούν!

Σύμφωνα με τους πιο γνωστούς «GURU Ποιότητας», όπως τον J. JURAN, τον E.W. DEMING ή τον P. CROSBY, η ανώτερη Διοίκηση ευθύνεται για την πλειοψηφία (άνω του 30% των υφιστάμενων προβλημάτων). Και χρειάζεται, κατ' αρχάς, μία παραδοχή αυτής της ευθύνης και μία αυτοκριτική.

Δεν ωφελεί το να λέμε συνέχεια πόσο «καλοί» είμαστε. Κάποτε πρέπει να αξιολογούμε το πόσο καλοί **δεν** είμαστε και πώς μπορούμε να βελτιωθούμε περαιτέρω.

«Βελτίωση» μπορεί να σημαίνει και μια κάποια αλλαγή νοοτροπίας και αυτό γιατί, η Ποιότητα εξαρτάται από τη νοοτροπία αυτών που «τραβούν τα σχοινιά». Αν κάτι

ποιοτικό που θέλεις να γίνει δεν γίνεται, ακολούθησε τα «σχοινιά» στην αφετηρία τους. Μπορεί να σε οδηγήσουν στο γραφείο κάποιου που ξέρεις. Ίσως και στο δικό σου!

Και θα είναι σημαντικό να παραδεχθείς ότι το πρόβλημα ξεκινάει από σένα. Είναι το πρώτο, και δυσκολότερο βήμα στο δρόμο για την ποιοτική επίτευξη.

Όλοι έχουμε ευθύνη για την Ποιότητα. Όλοι οφείλουμε να προσθέσουμε ένα ελάχιστο στην προσπάθεια για την επίτευξή της. Να ελαττώνουμε συνεχώς το άχρηστο κόστος, τα λάθη, τις καθυστερήσεις -το «κόστος της μη ποιότητας». Να βελτιώνουμε συνεχώς, καθημερινώς, λίγο-λίγο, κάθε ενέργειά μας. Ας ενστερνισθούμε την Ιαπωνική φιλοσοφία του ΚΑΙΖΕΝ (= Συνεχής Βελτίωση), το μυστικό της επιτυχίας ενός ολόκληρου έθνους.

Η ευθύνη του Ασφαλιστή της Interamerican, είναι η πιο κρίσιμη. Γιατί ο πωλητής, είναι η βιτρίνα ολόκληρης της εταιρίας με τον έξω κόσμο. Και όπως λέει και ο συνεργάτης σας και καλός μου φίλος, ο Αντώνης Σπανός, πρέπει πάντα να προσέχουμε τη «στιγμή της αλήθειας».

Τη στιγμή που ο πελάτης θα μας χρειαστεί, για πρώτη φορά. Με τη συμπεριφορά μας χαρακτηρίζουμε όλη την εταιρία και τους συνεργάτες της.

Πράγματι, η συμπεριφορά του πωλητή είναι αυτή που θα επηρεάσει, θα προκαλέσει, θα ικανοποιήσει, θα κερδίσει ή θα χάσει τον πελάτη, για πάντα. Και αν θέλουμε μερίδιο στην επιτυχία της εταιρίας, πρέπει να είμαστε έτοιμοι να δεχθούμε και το μερίδιο των ευθυνών για τα «χαμένα».

Αν η INTERAMERICAN θέλει να ηγείται πάντα του ανταγωνισμού, πρέπει πάντα να υποστηρίζει ένα περιβάλλον πρόσφορο για «Ασφαλιστές - Ηγέτες».

Ένας Ασφαλιστής - Ηγέτης, εκτός από

του ότι παραδέχεται τις ευθύνες του για τα προβλήματα που προκαλεί, χαρακτηρίζεται και από τις εξής ιδιότητες:

- Μεταδίδει το όραμα της Εταιρίας και την Ασφαλιστική Συνειδηση στον πελάτη.
- Επικοινωνεί συνεχώς με τον πελάτη ώστε να του εξαλείψει τη φοβία της αγοράς.
- Ακούει πάντα τον πελάτη, τα παράπονά του, τους κρυφούς πόθους και επιθυμίες του, τα προβλήματά του.
- Διδάσκει και διδάσκεται - τίποτα δεν είναι αυτονόητο.
- Συμβουλεύει τον πελάτη μέσω των καταλλήλων ερωτήσεων. Χωρίς να επιβάλλει τη γνώμη του, οι κατάλληλες ερωτήσεις είναι αρκετές να «πουλήσουν» την υπηρεσία και συγχρόνως να αφήσουν τον πελάτη να αισθάνεται ακόμη «ιδιοκτήτης» των ιδεών και επιθυμιών του.

Ένας ασφαλιστής, αν είναι συγχρόνως και «ηγέτης», δεν θα έχει καμία δυσκολία να ικανοποιήσει πλήρως τον πελάτη. Με «πλήρη ικανοποίηση» εννοούμε πραγματικό ενθουσιασμό. Απλή «ικανοποίηση» που θα τον «ενθουσιάζει».

Ένας ενθουσιασμένος πελάτης θα ξανάρθει και θα φέρει και άλλους μαζί του.

Για τον «ενθουσιασμό» δεν αρκεί ένα συμβόλαιο σε λογικές τιμές που να ικανοποιεί τις βασικές ανάγκες του. Αυτά είναι τα «προφανή» δεδομένα, που λίγο-πολύ, όλες οι Ασφαλιστικές εταιρίες τα προσφέρουν.

Η διαφορά θα φανεί στην ικανοποίηση των λιγότερο προφανών αναγκών του πελάτη. Τρεις λέξεις κλειδιά:

Σεβασμός, Αντίληψη, Ακρόαση.  
Πόσο σεβασμό δείχνουμε στον πελάτη; Πόση ώρα κάνουμε για να απαντήσουμε στα τηλεφωνημάτά του; Με πόση ευγένεια του μιλάμε; Του δίνουμε την αίσθηση ότι είναι ξεχωριστός, σπουδαίος; Ή τον θεωρούμε ένα «στιγμιαίο κέρδος» που σύντομα θα ξεχαστεί;

Ποια είναι η αντίληψή μας για τις πραγματικές ανάγκες του; Γίνονται αυτές οι ανάγκες καθημερινό μας πρόβλημα;

Του πουλάμε λύσεις στα προβλήματά του, ή απλώς ένα «συμβόλαιο»;

Τι κατανόηση δείχνουμε; Αφήνουμε ένα ατύχημά του να καταλήξει σε κρίση; Καλύπτουμε και ανάγκες για τις οποίες δεν έχουμε πληρωθεί;

Πόση ώρα αφιερώνουμε για απλή ακρόαση των παραπόνων του;

Βλέπουμε τα παράπονά του σαν σύμπτωση αρρώστιας, ή σαν μια ευκαιρία για αυτοβελτίωση και αυτοκριτική;

Τα παράπονα των πελατών είναι μία «ΥΓΙΗΣ» κατάσταση. Καλύτερα να τα ακούει ο πωλητής, παρά ένας «μελλοντικός» πελάτης. Αν ένας ικανοποιημένος πελάτης

*Το λιγότερο «προφανές» στον ορισμό του ΟΠΜ «είτε στην έννοια του «πελάτη». Δεν εννοούμε μόνο τον «εξωτερικό» πελάτη (τον αγοραστή του συμβολαίου), αλλά και τον «εσωτερικό» πελάτη, το μέλος του προσωπικού. Μια αρνητική στάση στον εσωτερικό πελάτη, μεταδίδεται πάντα στον εξωτερικό.*

μιλά σε 7 πιθανούς πελάτες, ένας δυσαρεστημένος μιλά σε 27!

Αλλά, τι πιο φυσικό από το να φροντίζουμε, μέσω μιας «αφελούς ακρόασης», αυτούς που είναι οι ΜΟΝΟΙ που φέρνουν τα λεφτά στην εταιρία!

Όλα τα ανωτέρω αποτελούν τα συστατικά μιας ολόκληρης κουλτούρας, ίσως μιας νέας νοοτροπίας για την διαχείριση της ποιότητας, ένα Μάντζιμντ της Ολικής Ποιότητας (ΟΠΜ). Και είναι πλέον προφανής ο ορισμός του ΟΠΜ:

«Μια νοοτροπία με καθημερινό στόχο την πλήρη ικανοποίηση του πελάτη».

Το λιγότερο «προφανές» στον ορισμό του ΟΠΜ «είτε στην έννοια του «πελάτη». Δεν εννοούμε μόνο τον «εξωτερικό» πελάτη (τον αγοραστή του συμβολαίου), αλλά και τον «εσωτερικό» πελάτη, το μέλος του προσωπικού. Μια αρνητική στάση στον εσωτερικό πελάτη, μεταδίδεται πάντα στον εξωτερικό.

Και χρειάζεται κάτι περισσότερο από έναν ικανοποιητικό μισθό και ένα ευχάριστο περιβάλλον για την πλήρη ικανοποίηση του εσωτερικού πελάτη.

Χρειάζεται μια Αξιοπιστία της ανώτερης Διοίκησης και η δέσμευσή της στη δημιουργία ενός περιβάλλοντος με κίνη-

*Τα παράπονα των πελατών είναι μία «ΥΓΙΗΣ» κατάσταση. Καλύτερα να τα ακούει ο πωλητής, παρά ένας «μελλοντικός» πελάτης. Αν ένας ικανοποιημένος πελάτης μιλά σε 7 πιθανούς πελάτες, ένας δυσαρεστημένος μιλά σε 27!*

τρα και Ποιοτικό ήθος, ενός περιβάλλοντος επικοινωνίας, ομαδικής προσπάθειας και συνεχούς επιμόρφωσης.

Και η επίτευξη της Ολικής Ποιότητας δεν είναι κάτι το ανέφικτο. Δεν υπάρχει τίποτα πιο αναπόφευκτο από μία ιδέα της οποίας η ώρα έχει φθάσει. Και η ώρα της Ποιοτικής Υπηρεσίας έχει φθάσει.

Το μόνο που χρειάζεται είναι η Αναγνώριση της Ανάγκης και δύο «Μανιακούς» για την προσπάθεια. Βέβαια ο ένας από τους δύο πρέπει να είναι ο Διευθύνων Σύμβουλος!

Πράγματι, η Ποιότητα αρχίζει από το Διοικητικό Συμβούλιο, αλλά και σταματάει εκεί, όταν η ανώτερη Διοίκηση δεν κατανοήσει ότι Ποιότητα σημαίνει επιβίωση. Ότι βρισκόμαστε σε μία νέα εποχή όπου η πλήρης ικανοποίηση του πελάτη (εσωτερικού και εξωτερικού) είναι ο βασικότερος στόχος που πρέπει να επιτευχθεί.

Υπάρχουν βέβαια και άλλοι στόχοι: Μια Σταθερότητα της Διοίκησης - Μια Δέσμευση στη συνεχή βελτίωση και καινοτομία - Μια πεποίθηση πως οτιδήποτε μπορεί να γίνει καλύτερο - Μια Πίστη ότι υπάρχει κάποιο Μέλλον.

Ας ακολουθήσουμε λοιπόν ένα δρόμο με αυτούς τους στόχους. Όπως λέει και ο FROST:

«Δύο μονοπάτια μου πρόσφερε η ζωή να διαλέξω, και εγώ διάλεξα το λιγότερο ταξιδεμένο».

Έτσι είναι και ο δρόμος του Ασφαλιστή Ποιότητας. Ο λιγότερο ταξιδεμένος και λιγότερο περπατημένος. Και σαν τέτοιος, θα έχει και τα αγκάθια του, και τα εμπόδιά του, και τα παράσιτά του.

Και πολλές φορές θα είναι αντίθετος στο σύνθετο ρεύμα των αντιδρώντων που πάντα θα δημιουργούν προβλήματα, μέχρις ότου κατανοήσουν ότι κανείς δεν χάνει με την ποιότητα.

Αλλά ας μην ξεχνάμε ότι αυτός που κολυπά αντίθετα στο ρεύμα, είναι αυτός που φθάνει πρώτος στην πηγή.

Ευχαριστώ.

## ΒΙΟΓΡΑΦΙΚΟ

**Δρ. ΝΙΚΟΣ ΛΟΓΟΘΕΤΗΣ:** Είναι Διευθύνων Σύμβουλος της TQM LTD Ελλάς. Κατέχει Master και PHD Στατιστικής. Διετέλεσε Καθηγητής και Σύμβουλος Ερευνας στο LONDON SCHOOL OF ECONOMICS. Έχει πολυετή εμπειρία στην εφαρμογή Ολικής Ποιότητας και των τεχνικών της από τις θέσεις που κατείχε στη Μεγ. Βρετανία ως μέλος Τεχν. Διεύθυνσης της General Electric και ανώτερος σύμβουλος στη Μονάδα Διοικητικής Επιστήμης της British Telecom. Είναι συγγραφέας 3 βιβλίων και σημαντικού αριθμού δημοσιευθέντων άρθρων σχετικά με τις εφαρμογές του Ολικού Ποιοτικού Management.

\* στο Ετήσιο Συνέδριο της INTERAMERICAN 26 Νοεμβρίου 1991 - Μέγαρο Μουσικής Αθηνών



# Ο ΧΕΙΜΩΝΑΣ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΑ

Του Βαγγέλη Σπύρου

# Χ

ειμώνας! Μια λέξη γεμάτη μνήμες, αναμνήσεις, ζωή, προσπάθεια.

Χειμώνας! Και οι άνθρωποί μας γύρω θα πρέπει να σταματήσουν λίγο πίσω απ' το τζάμι της βροχής και να σκεφθούν, το χειμώνα γύρω και στη ζωή μας.

Ο Χειμώνας έχει να πει πολλά και διαφορετικά στον καθένα. Χειμώνας! Σαν βρεμένες σκούρες πέτρες στα ηπειρώτικα χωριά. Σαν μυρωδιά από

φλούδες μανταρίνι. Σαν καπνός από καμένα ξύλα στο τζάκι του γείτονα. Χειμώνας. Όπως η εγγονή ακουμπισμένη στην αγκαλιά του παππού, κοντά στο τζάκι, κοιτάζοντας τη φωτιά. Όπως ένα βρεγμένο ρούχο κρεμασμένο, που φορέσαμε να βγούμε να πάρουμε ξύλα. Μνήμες χειμωνιάτικες από κάποιες εποχές που μερικοί σαραντάρηδες γύρω μας έβαζαν χαρτόνια στις τρύπες των παπουτσιών με τις φαγωμένες σόλες... Ελλάδα χώρα του ήλιου, πόσο βαρείς χειμώνες πέρασες! Ελλάδα με τα νερά να πλημμυρίζουν το υπόγειο της κυρα-Ειρήνης στο Μοσχάτο. Ελλάδα χειμωνιάτικη που δεν μπόρεσες να ζεστάνεις τα μικρά παιδικά χεράκια που χουχούλιαζαν με ξεψυχισμένες ανάσες τα πρωινά, πριν ανοίξουν οι βιοτεχνίες αντί να 'ναι στο ζεστό σχολείο... Ελλάδα του χειμώνα που 'πνιξες στη μόνιμα συννεφιασμένη ξενιτιά τον ορίζοντα των παλικαριών του '60...

Χειμώνας κι αναζητώ τις μνήμες, τα χρώματα, τις γεύσεις, τις εικόνες, τις αγωνίες για να καταλάβω και να επικοινωνήσω καλύτερα με τους γύρω μου.

Αναζητώ παλεύοντας 30-40 χρόνια πίσω τις θύμησες των συγγενών μου, των γειτόνων, αυτών που 'ναι στα μαγαζιά, αυτών που διδάσκουν γράμματα και γραφή σ' αυτή τη χώρα και ψάχνω να βρω κάπου να πιαστώ, να βρω τη γλώσσα που μιλάνε, γιατί διαφορετικά δεν κάνω τίποτε. Πάω σε σεμινάρια επικοινωνίας και μου μιλάνε για τις, γέφυρες ενώ εγώ θέλω να μάθω τι είναι πέρα απ' τις γέφυρες. Μου δίνουν ανθοδοχεία χωρίς λουλούδια, μου λένε για τα κοστούμια και το έξω και εγώ χρειάζομαι το μέσα...

Χειμώνας γεύση από μήλα φιρίκια, από πυρωμένο ψωμί στα κάρβουνα, από πορτοκάλια σαγκουϊνια, από ψημένα κυδώνια και μήλα με κανέλα που χάθηκαν στα μπουκάλια του Super-Market με το σορβικό οξύ.

**Χ**ειμώνας γεμάτος Χριστούγεννα! Χριστούγεννα και πρωινές παιδικές φωνούλες που ξυπνάνε ένα-ένα τα σπύτια, της κ. Βάσως, της κυρα-Ουρανίας, του μπάμπη Κώστα του κυρ Μιχάλη να τα πούνε, να πούνε τα κάλαντα «Καλήν ημέρα άρχοντες» στον εργάτη, στο μπαλωματή, στο χτίστη, στον εργένη —να χαρεί κι αυτός γιατί οι άλλοι οι πλούσιοι κοιμούνται ακόμα δεν ανάβουν φώτα πρωί-πρωί, εργάτες ξυπνάνε χαράματα...

Χρονιάρες πρωτοχρονιάτικες μέρες και οι πρώτες γκρίνιες στο δρόμο για την εκκλησιά απ' τα φτωχά που παραπονιούνται για τα ρούχα του μεγαλύτερου αδερφού, που δεν τους κάνουν κι οι μάνες να λένε «καθαρά να 'ναι, ας είναι μπαλωμένα!

Αχ, Ελλάδα, πως ξεχνάς τους χειμώνας σου!

Χειμώνας με κεραυνούς που τρίζανε τα τζάμια και τον πατέρα να σταυροκοπιέται λέγοντας «Μέγα τ' όνομα της Αγίας Τριάδος!».

Χειμώνας και πολλοί μαθητές διάβαζαν ακούγοντας δίπλα τους τις «σταλαματιές» (στο σπύτι που 'μπαζε νερά από κάποιο σπασμένο κεραμίδι στη σκεπή) στο ταψί ή τη νάυλον λεκάνη που 'βαλε η μαμά... 'Ισως είναι καθηγητές σήμερα. Χειμώνας και ο σημερινός υπομηχανικός εργολήπτης δημοσίων έργων θα θυμάται π' ανάβανε φωτιές με εφημερίδες και ξύλα να ζεσταθούνε οι ξεπαγιασμένοι στο εργοτάξιο εργάτες.

Χειμώνας και θα 'ρθουν τα ξενιτεμένα παιδιά να μεταλάβουν τα Χριστούγεννα όλοι μαζί από την Γερμανία, από την Αθήνα, από την Πόλη, από τα καράβια, από το Στρατό και θα σφουγγίσουν με τις ποδιές και τα μανίκια οι μάνες τα δάκρυα δύο φορές, όταν έρθουν κι όταν φύγουν και θα γεμίσει το σπύτι νόστιμες μυρωδιές από σπανακόπιτες και μακαρονόπιτες, μακαρόνια με κρέας και κανέλα και γέλια και φωνές από τα ξαδέρφια και τους κουμπάρους...



Χειμώνας και οι διαμαντένιες στάλες κρεμασμένα σκουλαρίκια στα γυμνά κλαριά της τριανταφυλλιάς, να τα τινάζει ο σπουργίτης, ο τσάνος, και ο καλογιάννος με τον κόκκινο λαιμό...

Χειμώνας κι η φωνή του κιτρινομούτη κότσοφα να χάνεται στα κλαριά και τους κισσούς τρομαγμένη στο πέρασμά μας...

Δύσκολο να χωρέσουν οι χειμώνας της Ελλάδας σε λέξεις. Βαρύς ο ελληνικός χειμώνας. Και στα τραγούδια. Σκεπασμένα με χιόνια και παράπονο. Εκνευριστική βροχή που κρατάει μέρες. Καφενείο στο ΚΤΕΛ γεμάτο ιδρωτίλα και βρόμικες τράπουλες με χνοτισμένα τζάμια που δεν βλέπεις έξω...

Χειμώνας του '40, της Κατοχής, του '50, του '60...

Η ψυχή νοσταλγεί πάντα... και οι άνθρωποι που έχουν σήμερα τα πόστα στην ελληνική κοινωνία αυτούς τους χειμώνας τους κουβαλάνε μέσα τους.

Ψάξτε τους κι ίσως έρθει καλοκαίρι σ' αυτό που επιδιώκετε...

Ψάξτε τους χειμώνας που έζησαν οι άνθρωποι δίπλα σας στο διαμέρισμα, στο γραφείο, στο μαγαζί.

Χειμώνας! με κάποιες μέρες ήλιου και η αδερφή στην αυλή να χοροπηδά τραγουδώντας «ήλιος και βροχή παντρεύονται οι φτωχοί, κι ούτε καν να φαντάζεται βέβαια το: "SINGIN' IN THE RAIN" που τραγουδούν κάπου αλλού...

Χειμώνας με λασπωμένους δρόμους που κόβονται στις άκρες. Χειμώνας μ' εκείνη την αίσθηση του κρύου βλέποντας να τελειώνουν τα ξύλα στο κατώι.

Χειμώνας με χιονόνερο και κρύο. Ελληνικός χειμώνας με μαύρα πανωφόρια, μαζεμένα κορμιά, βρεμένα μαλλιά, νοτισμένες κάλτσες, κρύες απλωμένες στην πλάτη της καρέκλας, ζεστό κεραμίδι στα πόδια του αλβανομάχου πατέρα...

Χειμώνας με Καραμανλή και Παπανδρέου.

Χειμώνας με Παπανδρέου και Καραμανλή.

Χειμώνας χωρίς Καραμανλή και Παπανδρέου.

Χειμώνας πάλι με Καραμανλή και Παπανδρέου.

Χειμώνας πάλι με Παπανδρέου και Καραμανλή.

Χειμώνας «στη γειτονιά κι ο δρόμος



στενός, παγωνιά και γκριζος ουρανός» στα δύσκολα χρόνια του Αλέκου Σακελλάριου, του Νίκου Σταυρίδη, του Θανάση Βέγγου, του Ορέστη Μακρή.

Υπομονή, υπομονή να γίνει ο ουρανός πιο γαλανός αλλά ως τα σήμερα πλημμυρίζουν στο κλάμμα τα μεσημέρια της Κυριακής οι κούκλες του '50-'60 που σήμερα 60άρες και 70άρες ξαναθυμούνται τους σκληρούς χειμώνας στις ασπρόμαυρες ελληνικές ταινίες με τις απορημένες εγγονούλες να κρατάνε τις «μπάρμπου» στα χέρια τους...

«Χειμώνας στο καφενείο η Ελλάς και οι θεατρίνοι μ' ασετυλίνη και κεριά την «Γκόλφω» παίζουν στα παιδιά με φουστάνελες δανεικές και δάκρυ πληρωμένο δυο αβγά και τρεις δραχμές».

Χειμώνας κι η καρδιά του Έλληνα γεμάτη προσμονή, γεμάτη ελπίδα σκλαβωμένη στην περιπέτεια της ζωής, κάθεται σαν τον απτό του ριζίτικου κρητικού τραγουδιού, βρεμένη χιονισμένη και παρακαλεί τον ήλιο ν' ανατείλει και δεξ με για να λιώσουνε τα χιόνια, απ' τα φτερά μου και τα κρούσταλλα. Ηλι' ανάτειλε, ήλιε λάμψε απ' τ' ακράνυχά μου...».

Άραγε πόσοι μ' ένα λόγο γλυκό, μ' ένα ανθρώπινο ζεστό βλέμμα ξεσκονίζουν τη σκονισμένη φωτογραφία του νεοέλληνα που τριγυρνά «αλλοδαπός» χωρίς ταυτότητα στον τόπο του; Άραγε πόσοι βλέπουν στο βάθος τον κάτοικο αυτής της γεωγραφικής περιοχής που «κρύνει» ακόμη με φουλ καλοριφέρ κι αιρ-κοντίσιον αναζητώντας να σκαλίσει λίγο στη στάχτη ένα ξύλο, ένα κούτσουρο να δει λίγο ζεστασιά, λίγο φωτιά, λίγο οικογένεια;

Ξαν πρασινίσει λίγο η πλάση την άνοιξη θα ξαναξεχασθεί, θα τρέξει στα λιβάδια με τις κόκκινες παπαρούνες και τα χαμομήλια, θα πετάξει τα ρούχα να περπατήσει μ'



Υ.Γ. Το κείμενο αυτό γράφτηκε για να γνωρίσουν λίγο οι ασφαλιστές τον Έλληνα στο «μέσα του». Αυτή η γνωριμία του ανοίγει πόρτες και καρδιές...

ανοιχτά πουκάμισα το καλοκαίρι, θα ψηθεί στον ήλιο, θα πιστέψει πως αιώνια θα 'ναι καλοκαίρι αλλά σαν πέσουν τα φύλλα κίτρινα με τα κρύα και παγώσει η πλάση ξανά θα ξαναμαζευθεί θα ανασηκώσει το γιακά θα χωθεί στο καβούκι του ζαρωμένος να ζήσει τον ελληνικό χειμώνα του...

Περίεργος άνθρωπος ο Έλληνας...

Περίεργος άνθρωπος ο συνάνθρωπός μας νεοέλληνας να θυμάται χειμώνας και να ζει σε χειμώνας ενώ απλόχερα του 'δωσε ο Θεός τον ήλιο του γαλάζιου ουρανού, την ηλιοφάνεια, τη ζεστή θάλασσα, τα κόκκινα τριαντάφυλλα, τα μυρωδάτα χαμομήλια, τις κίτρινες μαργαρίτες, τα λιβάδια με τις παπαρούνες, τα τριφύλλια, τις ασφάκες, τα ροζ κυκλάμινα, τους άσπρους αγιόκρινους και τα τόσα αγριολούλουδα στις πράσινες πλαγιές με τα κρυσταλλένια νερά και τον καθαρό αέρα, σ' ένα κλίμα ιδανικό.

Εκφραστικό είναι ένα τραγούδι παρα-



δοσιακό της Λαφίνας, που ταιριάζει σ' αυτόν τον άνθρωπο που 'δωσε τόσα στον πολιτισμό μα τριγυρνά και πισωγυρίζει στους χειμώνας του.

Όλα τα λάφια βόσκουνε κι όλα δροσολογούνται «και μια λαφίνα ταπεινή δεν πάει κοντά με τ' άλλα.

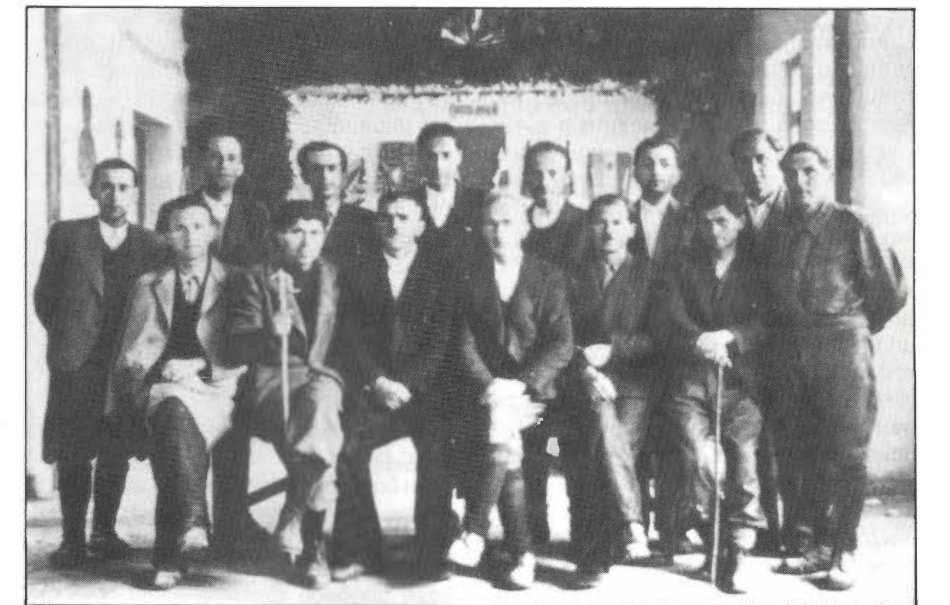
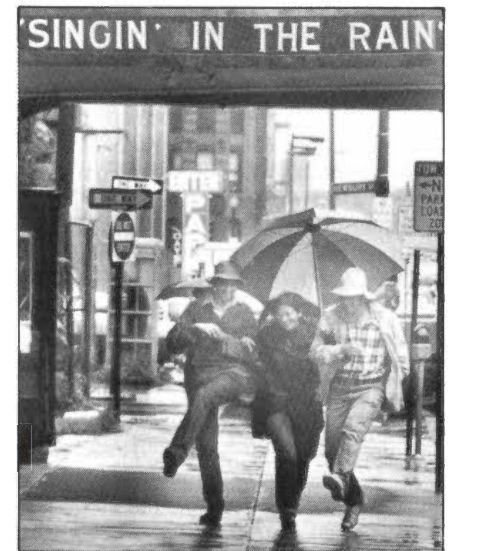
Μόνο σ' απόσκια περπατεί, τ' απόζεβ' αγναντεύει κι όπου έβρει γάργαρα νερό θολώνει και το πίνει...

Πληγωμένος τριγυρνά ο Έλληνας, κουβαλώντας τους χειμώνας της... ιστορίας του...

Ιστορία μεγάλη κι αδυσώπητη... Ιστορία που δεν φτάνει ένας χειμώνας να τη διαβάσεις...

Ιστορία σαν ατέλειωτη χειμωνιάτικη νύχτα.

Ιστορία που μόνο όσοι ζουν στα γεγονότα της την καταλαβαίνουν. Οι άλλοι; Έχουν... χειμώνα!



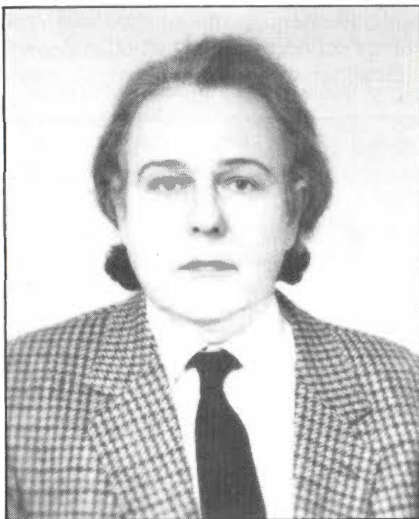
# Επιλογή προσωπικού

*Ειδικά στην επιλογή προσωπικού το επίμαχο θέμα είναι ότι τις πιο πολλές φορές δεν είναι δυνατό να γνωρίζουμε το βαθμό επιτυχίας της επιλογής μας, γιατί δεν μπορούμε να συγκρίνουμε την απόδοση στην εργασία αυτού που επιλέγουμε με την πιθανή απόδοση αυτών που απορρίψαμε, που θα μπορούσαν να είναι εξίσου ικανοί.*

*Έτσι, μερικές φορές είμαστε ικανοποιημένοι με μια κακή επιλογή, γιατί δε γνωρίζουμε πώς θα ήταν μια πραγματικά καλή επιλογή.*

**Του ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΗ ΚΑΝΤΑ**  
καθηγητή Παν/μίου Κρήτης

**Τ**ο θέμα της σωστής επιλογής του προσωπικού κατέχει πρώτη θέση σε μια εποχή έντονου ανταγωνισμού που χαρακτηρίζεται επιπλέον από την ανάγκη προσαρμογής των ελληνικών επιχειρήσεων σε νέα δεδομένα. Ήρθαμε σε επαφή με τον κ. Αριστοτέλη Κάντα που διδάσκει Ψυχολογία της Εργασίας στο Τμήμα Ψυχολογίας του Πανεπιστημίου Κρήτης και ασχολείται ειδικότερα με το θέμα της επιλογής προσωπικού και ζητήσαμε τις απόψεις του.



**Ερώτηση:** Κύριε Κάντα, ασχολείσθε με την επιλογή προσωπικού τόσο θεωρητικά, κατά τη διδασκαλία σας στο Πανεπιστήμιο, όσο και στην πράξη, στην αγορά εργασίας. Σε ποιο βαθμό, σύμφωνα με τη γνώμη σας, η επιλογή προσωπικού αποτελεί επιστημονική τεχνική και σε ποιο βαθμό αποτελεί πρακτική, που μπορεί από μόνος του να μάθει ο μέσος διευθυντής προσωπικού ή μάντζερ μιας επιχείρησης;

**Απάντηση:** Το ερώτημα είναι κίριο γιατί σε όλο το φάσμα των κοινωνικών επιστημών και ιδιαίτερα στις επιστήμες της συμπεριφοράς υπάρχει διάχυτη η εντύπωση ότι ο επιστήμονας δεν έχει ουσιαστικά να προσφέρει τίποτε παραπάνω από αυτά που γνωρίζει και μπορεί να εφαρμόσει ένας πεπειραμένος επαγγελματίας ή και ένας κοινός άνθρωπος με κοινή λογική. Επιφανειακά τα πράγματα είναι έτσι, με την ίδια έννοια που ο κάθε γονιός θα μπορούσε να είναι δάσκαλος του παιδιού του, ο φίλος ή ο εξομολογητής να είναι ψυχολόγος - σύμβουλος και, για να το πάω ακόμα πιο πέρα, η νοσοκόμα ή ο φαρμακοποιός να δίνουν ιατρικές συμβουλές. Μερικές φορές όλοι αυτοί μπορούν να κάνουν εξίσου καλή δουλειά με αυτή που κάνει ο ειδικός επιστήμονας. Η διαφορά είναι ότι αυτό δεν ισχύει πάντοτε και υπάρχουν περιπτώσεις, λιγότερο ή περισσό-

που θα μπορούσαν να είναι εξίσου ικανοί. Έτσι, μερικές φορές είμαστε ικανοποιημένοι με μια κακή επιλογή, γιατί δε γνωρίζουμε πώς θα ήταν μια πραγματικά καλή επιλογή. Με τον ίδιο τρόπο μερικές φορές είμαστε δυσαρεστημένοι με μια καλή επιλογή, γιατί στην ουσία δεν ξέρουμε τι ήταν αυτό που ψάχναμε να βρούμε. Άλλο ψάχναμε και άλλο βρήκαμε.

**Ερώτηση:** Μα πώς είναι δυνατό να είναι μια καλή επιλογή κακή και επιπλέον να μη γνωρίζει ο άμεσος γνώστης της δουλειάς πόσο επιτυχημένη ήταν μια επιλογή;

**Απάντηση:** Για να απαντήσω πρώτα στο δεύτερο ερώτημα. Συνήθως ο άμεσος προϊστάμενος γνωρίζει αν μια επιλογή ήταν επιτυχημένη ή όχι, φτάνει να έχει μέτρο σύγκρισης. Πολλές φορές ο φόβος του αγνώστου μας εμποδίζει να δεχτούμε το διαφορετικό, έστω να το δοκιμάσουμε. Ακολουθούμε τη δοκιμασμένη οδό και έτσι αποκλείουμε την ευκαιρία για κάτι διαφορετικό. Σε μια τέτοια περίπτωση το μόνο μέτρο σύγκρισης είναι αυτό που γνωρίζουμε που δεν είναι απαραίτητα το καλύτερο. Θα αναφέρω ένα παράδειγμα για να γίνει αυτό πιο λέω πιο κατανοητό. Ας συγκρίνουμε τις αγγελίες για στελέχη ανάμεσα σε μια ελληνική και μια ξένη εφημερίδα. Θα δούμε μια σημαντική διαφορά ως προς ένα σημείο, οι Έλληνες εργοδότες εξακολουθούν να εμμένουν στο σχετικό (άμεσα ή έμμεσα) πτυχίο ως προϋπόθεση. Έτσι θα δείτε, για παράδειγμα, να ζητούν συνέχεια πτυχίο οικονομικών για θέσεις στελεχών όπου θα μπορούσε να εργαστεί πτυχιούχος σχεδόν οποιασδήποτε σχολής. Χάνουν έτσι την ευκαιρία να δοκιμάσουν ή έστω να κρίνουν άτομα με διαφορετικά τυπικά προσόντα αλλά με σημαντικά ουσιαστικά προσόντα, άτομα που ίσως θα είχαν κάτι διαφορετικό να προσφέρουν. Οι ξένοι εργοδότες έχουν κατανοήσει ότι το πτυχίο είναι πολύ σχετικό κριτήριο, δε δείχνει παρά μόνο ότι ο υποψήφιος έχει κάπως



πιο αναπτυγμένες νοητικές ικανότητες, που πιθανόν να μπορούν να αξιοποιηθούν με την κατάλληλη εκπαίδευση. Αν πρόκειται να εκπαιδύσουμε το στέλεχος στη δουλειά, γιατί όπως είναι φυσικό σχεδόν κανείς βγαίνοντας από το πανεπιστήμιο δε γνωρίζει μια συγκεκριμένη δουλειά, γιατί δεν ανοίγουμε το δρόμο και σε αποφοίτους άλλων σχολών, που έτσι και αλλιώς έχουν τα ίδια γενικά προσόντα; Θα έχουμε μεγαλύτερη γκάμα επιλογής, αν αυτό που τελικά θα αξιολογήσουμε είναι τα προσωπικά επιτεύγματα και όχι η απόκτηση ενός συγκεκριμένου πτυχίου.

Αν τώρα κοιτάξουμε το θέμα της καλής επιλογής που είναι «κακή» από άλλη πλευρά θα δούμε τα εξής. Δεν είναι σπάνιο να ψάχνει κάποιος να βρει κάποιο «υποτακτικό», κάποιο yes-man, όπως λέμε, και να προσποιείται και στον ίδιο του τον εαυτό πως ψάχνει για κάποιο ικανό υπάλληλο. Τον βρίσκει, αλλά έτσι και ο υπάλληλος αυτός «έχει άποψη» δεν του κάνει γιατί πιθανόν του φέρνει κάποιες αντιρρήσεις. Η επιλογή ήταν καλή αλλά αυτοί οι δυο δεν ταίριαζαν. Ή, για να μην αναφερόμαστε σε ψυχολογικά μόνο προβλήματα, είναι δυνατό να προσλάβει κάποιο υπερπροσόντο που δεν κάνει για το επίπεδο της επιχείρησής του. Πήρε κάποιον ικανό που σύντομα θα του φύγει και κατά πάσα πιθανότητα θα έχει χαμηλή απόδοση αν η δουλειά είναι κατώτερη από το επίπεδο ικανοτήτων του.

**Ερώτηση:** Δηλαδή η πείρα σε παρόμοια θέματα, η καθημερινή επαφή με το χώρο του, δε δίνει τη δυνατότητα στο μέσο διευθυντή προσωπικού ή στο μέσο μάντζερ να κάνει σωστή επιλογή;

**Απάντηση:** Και βέβαια, κατά κανόνα του τη δίνει, και μάλιστα, τις περισσότερες φορές τα συγκεκριμένα εργασιακά θέματα και την αξιολόγησή τους τα γνωρίζει πολύ καλύτερα ο άνθρωπος που είναι ήδη στη δουλειά από το σύμβουλο επιλογής. Για το λόγο αυτό σε καμιά περίπτωση δεν πρέπει να γίνεται επιλογή προσωπικού χωρίς τη συμμετοχή εκείνου ή εκείνων που γνωρίζουν το χώρο της εργασίας, δηλαδή διευθυντή, προσώπαρχη, εργοδότη κ.ο.κ.

**Ερώτηση:** Τότε τι θα προσφέρει ο ειδικός στην επιλογή;

**Απάντηση:** Εφόσον είναι πραγματικά και σωστά εκπαιδευμένος, και το τονίζω αυτό, ο σύμβουλος επιλογής έχει κυρίως να προσφέρει το εξής: να συστηματοποιήσει και να μεθοδεύσει την όλη διαδικασία. Υπάρχουν ειδικές μέθοδοι αξιολόγησης, που περιορίζουν όσο το δυνατό περισσότερο το ανθρώπινο σφάλμα, που προέρχεται από τη «δαιμόνη», την οποία σε μεγάλο βαθμό έχουμε εξοβελίσει από τη σύγ-

χρονη ψυχολογία. Και ο λόγος είναι απλός, τις περισσότερες φορές η διαίσθηση «δε δουλεύει» και αυτό έχει επανειλημμένα δείχτει από εκατοντάδες ερευνών. Πρέπει, στο βαθμό που είναι δυνατό, να σπριχτούμε σε συγκεκριμένα στοιχεία και όχι στη γενική εντύπωση που μας δίνει ο υποψήφιος, αν πρόκειται για συνέντευξη. Υπάρχουν εκατοντάδες επιστημονικές δημοσιεύσεις που δείχνουν τις παγίδες που επιφυλάσσει η πρόσωπο με πρόσωπο συνάντηση. Μπορώ να σας αναφέρω το πιο απλό, αυτό που ονομάζεται halo effect, «αποτέλεσμα του φωτισμένου» θα μπορούσαμε να το αποδώσουμε στα ελληνικά. Ένα θετικό ή αρνητικό χαρακτηριστικό του άλλου, του οποιουδήποτε άλλου, είτε πρόκειται για τον υποψήφιο που κρίνουμε και αξιολογούμε για μια δουλειά, είτε τον υποψήφιο γαμπρό ή νύφη σε ένα συνοικέσιο, είναι δυνατό να «περιβάλει», να «τυλίξει», στην αντίληψή μας τον υποψήφιο, να μας τυφλώσει και να μας κάνει να αγνοήσουμε όλα τα άλλα στοιχεία που υπάρχουν αλλά δεν τα βλέπουμε, γιατί η προσοχή μας έχει επικεντρωθεί σε αυτό το ένα και μοναδικό χαρακτηριστικό. Όταν δούμε τα υπόλοιπα θα είναι αργά, αν πρόκειται για αρνητικά χαρακτηριστικά. Να σας δώσω και ένα άλλο παράδειγμα, πολλές φορές επηρεαζόμαστε από την πρώτη εντύπωση ή και από την τελευταία, δηλαδή από κάποιο γεγονός που εμφανίστηκε πρώτο ή τελευταίο σε μια συνέντευξη, με αποτέλεσμα να αγνοούμε όλα τα ενδιάμεσα ή να τα βλέπουμε διαστρεβλωμένα μέσα από το πρίσμα αυτής και μόνο της μεμονωμένης πρώτης ή τελευταίας εντύπωσης. Όλα αυτά και πολλά άλλα είναι που μπορεί να τα αντιμετωπίσει ο εκπαιδευμένος σύμβουλος επιλογής με δυο τρόπους. Πρώτον, με το να βρίσκεται ο ίδιος σε συνεχή εγρήγορηση και να ευαισθητοποιεί και τους άλλους επιλογείς και δεύτερο με το να σχεδιάσει την επιλογή με τέτοιο τρόπο ώστε να είναι όσο το δυνατό περισσότερο αντικειμενική, να στηρίζεται δηλαδή σε συγκεκριμένα στοιχεία, επακριβώς μετρήσιμα και αξιολογήσιμα και μάλιστα όχι από ένα μόνο άτομο. Αυτό φαίνεται εξάλλου να υπονοείται από αυτά που ήδη είπα: μια επιλογή ποτέ δε γίνεται από ένα και μοναδικό πρόσωπο, ιδίως όταν στηρίζεται στη συνέντευξη.

**Ερώτηση:** Αν δεν κάνω λάθος διαβλέπω μια δυσπιστία για τη συνέντευξη ως διαδικασία επιλογής.

**Απάντηση:** Δεν υπάρχει ούτε μια επιστημονική δημοσίευση που να ισχυρίζεται ότι η συνέντευξη είναι αξιόπιστη διαδικασία επιλογής, τουλάχιστον πιο αξιόπιστη από άλλες μεθόδους, για τις οποίες μπορώ να σας μιλήσω στη συνέχεια. Το πρόβλημα είναι ότι εξακολουθεί να είναι η πιο

δημοφιλής μέθοδος. Προφανώς εξυπηρετεί κάποια ανθρώπινη ανάγκη, αυτό που ο λαός λέει «δε θα πάρω γουρούνι στο σακί». Ίσως είναι ατυχής ο παραλληλισμός εφόσον μιλάμε για την επιλογή προσωπικού, αλλά ακριβώς αυτή την ανάγκη του «να δω τον άλλο» εξυπηρετεί η συνέντευξη. Ανάγκη που δεν είναι αμελητέα, ιδίως όταν πρόκειται για μικρές προσωπικές επιχειρήσεις, όπως είναι οι περισσότερες ελληνικές. Στις περιπτώσεις αυτές ο σύμβουλος επιλογής πρέπει οπωσδήποτε να κοιτάξει και τη «χημεία», όπως λέμε, το βαθμό δηλαδή που θα ταιριάζουν μελλοντικός υπάλληλος με το δεδομένο προϊστάμενό του. Σε μεγάλες και μη προσωπικές επιχειρήσεις αυτό δεν είναι παράγοντας που πρέπει οπωσδήποτε να ληφθεί υπόψη. Γενικά αυτό που πρέπει να

*Θα συνιστούσα σταδιακή και προσεκτική προσαρμογή των επιχειρήσεων στις νέες (για την Ελλάδα) μεθόδους. Μόνο χρειάζεται προσοχή, γιατί το ελληνικό δαιμόνιο της προχειρότητας και του «είσαι ό,τι δηλώσεις» πάλι θαυματοουργεί.*

βρούμε είναι, πρώτον, αν ο υποψήφιος «μπορεί να κάνει» τη δουλειά για την οποία τον επιλέγουμε και, δεύτερο, και πιο δύσκολο, αν «θα την κάνει», με δεδομένο ότι μπορεί. Δεν είναι καθόλου περίεργο να έχουμε ανθρώπους που να μπορούν να αποδώσουν και για διαφόρους λόγους, που κατά κανόνα έχουν να κάνουν με την ίδια επιχείρηση, τη δομή, το κλίμα της, τα συστήματα αμοιβών κ.λπ. τελικά να μην αποδίδουν. Τρανή απόδειξη είναι ο δημόσιος τομέας. Είναι αντιεπιστημονικό και παραπλανητικό να λέμε ότι όλοι εκεί είναι άχρηστοι, τεμπέληδες κ.ο.κ., κάθε άλλο, άνθρωποι σαν και εμάς είναι, δεν αποδίδουν όμως γιατί δε βρίσκονται σε πλαίσιο που να μπορεί να τους βοηθήσει να αποδώσουν.

**Ερώτηση:** Δηλαδή δεν υπάρχει ελπίδα να κάνουμε σωστή επιλογή με τη συνέντευξη;

**Απάντηση:** Προς τα εκεί στρέφονται όλες οι έρευνες των τελευταίων χρόνων. Και υπάρχει κάποια πρόοδος και στον τομέα αυτό: η συνέντευξη επιλογής πρέπει να είναι όσο το δυνατό περισσότερο δομημένη, να εξετάζει αυστηρά θέματα που έχουν άμεση σχέση με τη δουλειά και μόνο και να περιορίζει στο ελάχιστο όλα ε-

κείνα τα στοιχεία που δημιουργούν αθεμελίωτες και παραπλανητικές εντυπώσεις. Υπάρχουν μάλιστα μερικές μέθοδοι συνέντευξης που στην ουσία μοιάζουν με προφορικό τεστ. Πέρα από αυτό, όπως ήδη είπα, δεν πρέπει να στηριζόμαστε στην κρίση ενός και οι συνεντευκτές στο βαθμό που είναι δυνατό πρέπει να έχουν υποστεί κάποια σχετική εκπαίδευση.

**Ερώτηση:** Τι απομένει αν εξαιρέσουμε τη συνέντευξη; Μήπως τα τεστ, γιατί μου δώσατε την εντύπωση ότι κάτι τέτοιο υπονοείτε;

**Απάντηση:** Καταρχήν η συνέντευξη πρέπει να παραμείνει τις περισσότερες φορές ως μέθοδος επιλογής, βελτιωμένη όμως. Επιτρέψτέ μου να αναφερθώ στα τεστ πιο κάτω. Αν έχουμε κάποια μεγάλη επιχείρηση που κάνει συστηματικά προσλήψεις το ιδανικότερο θα ήταν να στηθεί ένα στατιστικό σύστημα επιλογής. Ένα τέτοιο σύστημα ξεκινάει με στόχο να βελτιώσει την υφιστάμενη μέθοδο επιλογής. Προσλαμβάνουμε αρχικά με το παλιό σύστημα, αφού προηγουμένως κάνουμε ορισμένες αξιολογήσεις και μετρήσεις των χαρακτηριστικών των υποψηφίων. Εκεί μπορούμε να περιλάβουμε και τεστ και συνέντευξη. Στη συνέχεια παρακολουθούμε τις επιδόσεις αυτών που προσλάβαμε και εφόσον, όπως υποθέτουμε, μεταξύ αυτών υπάρχουν καλοί και κακοί ή καλοί και καλύτεροι ξεχωρίζουμε εκείνα τα χαρακτηριστικά, από τις μετρήσεις που ήδη έχουμε, που μας δίνουν καλύτερη πρόβλεψη. Τα χαρακτηριστικά αυτά τα έχουμε μετρήσει πριν τους προσλάβουμε και εφόσον δε γίνθηκε επιλογή με βάση αυτά μπορούμε να δούμε σε τι διαφοροποιούνται οι «καλοί» από τους «κακούς». Αυτά τα χαρακτηριστικά που έχουμε μετρήσει μπορεί να είναι οτιδήποτε από επιδόσεις σε τεστ μέχρι το αν οι υποψήφιοι ασχολούνται με σπορ ή είναι παντρεμένοι. Σε μια δεύτερη επιλογή δοκιμάζουμε το ίδιο σύστημα μέχρι να καταλήξουμε στα κριτήρια που μας δίνουν καλή πρόβλεψη. Στην ουσία είναι η ίδια μέθοδος που χρησιμοποιεί και η ιατρική όταν λέει ότι όταν πίνεις, καπνίζεις, τρως λίπη κ.λπ., είναι πολύ περισσότερο πιθανό ότι θα παρουσιάσεις εκείνο ή το άλλο νόσημα. Όλα αυτά, είτε πρόκειται για το χώρο της υγείας, είτε για το χώρο της εργασίας, βγαίνουν από συγκρίσεις μεταξύ ομάδων, π.χ. υγιών-μη υγιών, επιτυχημένων-μη επιτυχημένων υπαλλήλων. Βέβαια μια τέτοια μέθοδος είναι πολυδάπανη και χρονοβόρα αλλά, όπως είπα, χρησιμοποιείται σε ξένες χώρες εκεί που υπάρχει τακτική πρόσληψη προσωπικού (π.χ. στρατός, αστυνομία, εφορία, ορισμένες κατηγορίες δημοσίων υπαλλήλων, μεγάλες ασφαλιστικές εταιρίες κ.λπ.). Μια λιγότερο δαπανηρή παραλλαγή

της είναι να αξιολογήσουμε τα άτομα που ήδη βρίσκονται στο χώρο της δουλειάς προκειμένου να διαμορφώσουμε τα κριτήρια των μελλοντικών προσλήψεων, αν και υπάρχουν κάποια μεθοδολογικά προβλήματα σε κάτι τέτοιο.

**Ερώτηση:** Και για το τεστ, ειδικότερα, τι έχετε να μας πείτε που όλο και περισσότερο από ό,τι φαίνεται μπαίνουν στη ζωή μας.

**Απάντηση:** Πραγματικά αυτό διαπιστώνω και εγώ αλλά, δε σας το κρύβω, με κάποια λύπη γιατί γίνεται άσχημο ξεκίνημα. Έχω δει διαφημίσεις και ενημερωτικά φυλλάδια που υπόσχονται τη λύση όλων των προβλημάτων με τη χρήση τεστ κατά την επιλογή. Κανένα τεστ δεν μπορεί να εξασφαλίσει κάτι τέτοιο. Πέρα από αυτό,

*Γενικά αυτό που πρέπει να βρούμε είναι, πρώτον, αν ο υποψήφιος «μπορεί να κάνει» τη δουλειά για την οποία τον επιλέγουμε και, δεύτερο, και πιο δύσκολο, αν «θα την κάνει», με δεδομένο ότι μπορεί.*

γίνεται χορήγηση και αξιολόγηση των τεστ από άτομα που δεν έχουν καμιά σχετική ειδικότητα ή εκπαίδευση, κάτι που ελέγχεται αυστηρά σε άλλες χώρες. Η χορήγηση και η βαθμολόγηση ενός τεστ είναι κάτι σχετικά εύκολο, τις πιο πολλές φορές. Αυτό που είναι δύσκολο είναι η ερμηνεία και η αξιολόγησή του. Πιθανόν ο περισσότερος κόσμος νομίζει ότι ένα ψυχολογικό τεστ είναι κάτι παρόμοιο με τα διάφορα τεστ και κουίζ που δημοσιεύονται σε λαϊκά περιοδικά. Εξωτερικά μπορεί να υπάρχει κάποια ομοιότητα, εκεί όμως που δεν υπάρχει καμιά ομοιότητα είναι στη θεωρία και την έρευνα που έχει προηγηθεί. Η ψυχομετρία είναι από τα πιο δύσκολα θέματα στο χώρο της ψυχολογίας και θα μπορούσα να πω ότι υπάρχουν πολλοί ψυχολόγοι που δεν έχουν εκπαιδευτεί επαρκώς στα τεστ ή τουλάχιστον στα τεστ που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για επιλογή προσωπικού. Έχουν και οι ψυχολόγοι ειδικότητες, όπως και οι γιατροί, και καλό θα ήταν ο χώρος των επιχειρήσεων να το γνωρίζει για να κάνει καλύτερες επιλογές συμβούλων. Ίσως θα πρέπει να γίνει κατανοητό ότι, όπως δεν πάμε στον καρδιολόγο για προβλήματα όρασης, δε θα έπρεπε να καταφεύγουμε σε ένα ψυχολόγο άλλης ειδικότητας για πρόβλημα-

τα επιλογής. Υπάρχουν οι ειδικοί ψυχολόγοι της εργασίας (παλιά τους έλεγαν βιομηχανικούς ψυχολόγους) οι οποίοι είναι κατάλληλοι για θέματα επιλογής αλλά όχι, φυσικά, για θέματα ψυχικής υγείας, που είναι δουλειά των κλινικών ψυχολόγων ή για θέματα μαθησιακών δυσχερειών σε παιδιά, που είναι δουλειά των σχολικών ψυχολόγων κ.ο.κ. Είναι γεγονός ότι υπάρχει μια διάχυτη σύγχυση ως προς τα θέματα αυτά στην ελληνική πραγματικότητα, που μερικές φορές καλλιεργείται σκόπιμα, γιατί απουσιάζει η σχετική νομοθεσία ή ο έλεγχος από τα επιστημονικά σωματεία, όπως γίνεται αλλού ή στην περίπτωση άλλων επαγγελματιών.

Πέρα από το πρόβλημα του ποιος θα δώσει και θα ερμηνεύσει το τεστ, υπάρχει και ένα άλλο συναφές πρόβλημα: δεν υπάρχουν τεστ προσαρμοσμένα στην ελληνική πραγματικότητα. Υπάρχουν μερικοί, ακόμα και ψυχολόγοι, που νομίζουν ότι είναι θέμα μετάφρασης του τεστ. Κάθε άλλο, ακόμα και στην περίπτωση που ένα τεστ αποτελείται από εικόνες και δεν έχει ούτε μια λέξη κειμένου μπαίνει στο θέμα της στάθμισης στην ελληνική πραγματικότητα, πόσο μάλλον όταν πρόκειται για τεστ με λεκτικά ή συμπεριφορικά στοιχεία. Θα έπαιρνε πολύ χρόνο να σας εξηγήσω τι εννοούμε με τον όρο στάθμιση αλλά πολύ απλά μπορώ να σας πω για παράδειγμα ότι ένας μισθός, σε ποίμε 100 χιλιάδων, σημαίνει άλλο πράγμα στην Ελλάδα άλλο στην Τουρκία και άλλο στις ΗΠΑ. Οι οικονομολόγοι ίσως κοιτάζουν, σε μια τέτοια περίπτωση, την αγοραστική δύναμη του μισθού αυτού σε κάθε χώρα ή την απόστασή του από το χαμηλότερο ή υψηλότερο ρυθμό ή από το μέσο όρο των μισθών. Κάτι ανάλογο πρέπει να κάνουμε και εμείς σχεδόν για κάθε ερώτηση του τεστ που μεταφέρουμε στη χώρα μας, πόσο μάλλον για το συνολικό τεστ.

**Ερώτηση:** Δηλαδή δεν υπάρχουν τεστ κατάλληλα για την ελληνική πραγματικότητα;

**Απάντηση:** Κανονικά θα έλεγα ότι υπάρχουν ελάχιστα, όσα έχουν τεκμηριωθεί επιστημονικά με δημοσίευση σε επιστημονικά περιοδικά ή με άλλο επιστημονικά θεμελιωμένο τρόπο. Κοστίζει βλέπετε πολύ η προσαρμογή και στάθμιση, σε χρόνο και σε έξοδα. Κανονικά σε επιστημονικό πλαίσιο είναι σχεδόν θέμα διδακτορικής διατριβής. Ας μην είμαστε όμως τόσο απαισιόδοξοι, στα χέρια του ειδικού που έχει πλήρη γνώση και επίγνωση του τι κάνει μπορεί να χρησιμοποιηθούν και τεστ που έχουν λιγότερη τεκμηρίωση από την κανονικά απαιτούμενη, όσον αφορά την ελληνική πραγματικότητα, μόνο που τότε δε θα πρέπει να υποχόμεσαστε λαγούς με πετραχήλια αλλά να προσπαθήσουμε συνε-

ώς να τα βελτιώνουμε και να τα προσαρμόζουμε στην ελληνική πραγματικότητα. Η χρήση ενός τεστ προϋποθέτει καταρχήν βαθιά θεωρητική γνώση από την πλευρά αυτού που τα χορηγεί.

**Ερώτηση:** Πέρα από αυτά τα προβλήματα, ας υποθέσουμε ότι τα έχουμε ξεπεράσει, πόσο αποτελεσματικά είναι τα διάφορα ψυχολογικά τεστ που χρησιμοποιούνται στην επιλογή;

**Απάντηση:** Μπορεί να είναι από άχρηστα, για να μην πω επιβλαβή, μέχρι αρκετά χρήσιμα, ποτέ όμως αλάνθαστα. Εξαρτάται από το ποιος τα χρησιμοποιεί, τι χρησιμοποιεί και σε ποια περίπτωση το χρησιμοποιεί και πώς το χρησιμοποιεί. Επίσης από το σε ποιο βαθμό γνωρίζει σε βάθος την ψυχομετρική θεωρία και τη θεωρία που

*Θα συνιστούσα σταδιακή και προσεκτική προσαρμογή των επιχειρήσεων στις νέες (για την Ελλάδα) μεθόδους. Μόνο χρειάζεται προσοχή, γιατί το ελληνικό δαιμόνιο της προχειρότητας και του «είσαι ό,τι δηλώσεις» πάλι θαυματοουργεί.*

υπάρχει πίσω από τα συγκεκριμένα τεστ που χρησιμοποιεί. Αυτό βέβαια όσον αφορά τα γνωστά ψυχολογικά τεστ νοητικών ικανοτήτων, ειδικών ικανοτήτων, προσωπικότητας κ.λπ. Μπορώ μάλιστα να σας πω ότι για μια περίοδο μέχρι πριν μερικά χρόνια τα τεστ είχαν περιπέσει σε επιστημονική δυσμένεια. Σήμερα έχουμε νέα στοιχεία με βάση νέες μεθόδους αξιολόγησής τους, που αναπτύχθηκαν τα τελευταία δέκα χρόνια, που δείχνουν ότι τα πράγματα για ορισμένα τεστ είναι πολύ καλύτερα από ό,τι νομίζαμε και πολύ χειρότερα για άλλα. Πέρα όμως από τα τεστ αυτά, τα καθαρά ψυχολογικά, υπάρχουν και τα τεστ «δείγματος έργου», αυτοσχέδια τεστ που μπορούν να φτιαχτούν για κάθε συγκεκριμένη εργασία. Τα τεστ αυτά για μόνη τους θεωρία έχουν το κατά πόσον ο υποψήφιος μπορεί να κάνει τη δουλειά, όπως για παράδειγμα όταν δίνουμε ένα τεστ δακτυλογράφησης για υποψήφιος δακτυλογράφους. Μόνο που και εδώ χρειάζεται κάποια γνώση ψυχομετρικής θεωρίας για να φτιαχτεί και να αξιολογηθεί ένα τεστ δείγματος έργου που να έχει ικανοποιητική αποτελεσματικότητα.

**Ερώτηση:** Δηλαδή, για να πάμε στο συγκεκριμένο χώρο που μας ενδιαφέρει, τον ασφαλιστικό, αρκεί να βγάλουμε τον υπο-

ψήφιο έξω στη δουλειά, να δούμε πώς αποδίδει και μετά να τον κρατήσουμε ή να τον διώξουμε; Αυτό είναι στην ουσία τεστ έργου και ήδη γίνεται. Το θέμα είναι να αποφύγουμε το κόστος εκπαίδευσης του ακατάλληλου υποψήφιου ή την πιθανή ζημιά που κάνει με την ακαταλληλότητά του στην εταιρία.

**Απάντηση:** Έχετε απόλυτο δίκαιο. Δεν εννοούσα αυτό. Όπως είπα και προηγουμένως, με κατάλληλες μεθόδους μπορούμε να κατασκευάσουμε και να δοκιμάσουμε από πριν όλα τα προγνωστικά τεστ που θα χρειαστούμε, ιδίως αυτά που ονομάζουμε δείγματα έργου ή δείγματα συμπεριφοράς. Στον ασφαλιστικό χώρο για παράδειγμα χρειαζόμαστε ιδιαίτερες ικανότητες πειθούς, ευστροφία μυαλού και καλό χειρισμό του λόγου. Τις ικανότητες αυτές μπορούμε να τις ελέγξουμε με ένα ή περισσότερα κατάλληλα κατασκευασμένα

τεστ έργου, που προέρχονται από την πραγματική δουλειά του ασφαλιστή. Στην πορεία βέβαια θα τα βελτιώνουμε ώστε να ελαχιστοποιούμε την ατυχή πρόβλεψη που έτσι και αλλιώς είναι αναπόφευκτο ότι σε ορισμένο βαθμό θα υπάρχει. Δε γίνεται θαύματα αλλά μπορούμε να βελτιώσουμε το βαθμό πρόβλεψης της συμπεριφοράς, δηλαδή του βαθμού επιτυχίας που θα έχει στη δουλειά ο νεοπροσλαμβανόμενος.

**Ερώτηση:** Τι θα είχατε να πείτε συνοψίζοντας τα σχετικά με το τόσο επίμαχο θέμα της επιλογής του προσωπικού;

**Απάντηση:** Ο χώρος της εργασίας, γενικότερα, περνάει σε μια νέα φάση, όπου ο εμπειρισμός, σε όλα τα πεδία, εγκαταλείπεται και αντικαθίσταται από την περισσότερο επιστημονική τεχνοκρατική προσέγγιση. Μερικοί ακόμα αντιστέκονται, όπως

παλιότερα πολλοί αντιστέκονταν στα τρένα, τα αεροπλάνα, τις μηχανές κ.λπ. Το παράδειγμα των επιτυχημένων ξένων επιχειρήσεων που συνεχώς μπαίνουν στη χώρα μας καθώς και τα νέα στελέχη που έχουν εκπαιδευτεί διαφορετικά, εδώ ή στο εξωτερικό, θα πείσουν σιγά σιγά και τους πλέον δύσπιστους ή φανατικά παραδοσιακούς. Όσον αφορά την επιλογή προσωπικού ειδικότερα. Θα συνιστούσα σταδιακή και προσεκτική προσαρμογή των επιχειρήσεων στις νέες (για την Ελλάδα) μεθόδους. Μόνο χρειάζεται προσοχή, γιατί το ελληνικό δαιμόνιο της προχειρότητας και του «είσαι ό,τι δηλώσεις» πάλι θαυματουργεί.

Μερικές φορές δεν κάνει κακό να ελέγχουμε τα προσόντα αυτών που με περισσή λόγια μας διαφημίζουν τις υπηρεσίες που μπορούν να προσφέρουν.

• ΗΜΕΡΙΔΑ ΓΙΑ ΤΗ ΓΥΝΑΙΚΑ

## Η προσφορά της γυναίκας στον θεσμό της ασφάλειας

Γράφει η: **ΜΑΡΙΑ ΛΙΟΛΗ**  
της **Universal Life**

Οι ιστορικοί εξετάζοντας τον 20ο αιώνα μπορούν κάλλιστα να πουν ότι η σημαντικότερη ανάπτυξη της εποχής μας ήταν η αλλαγή του ρόλου της γυναίκας στην κοινωνία και κυρίως η ροή των γυναικών στην εργαζόμενη δύναμη. Για διάφορους κοινωνικοοικονομικούς λόγους οι γυναίκες έγιναν ενεργό κομμάτι της εργαζόμενης δύναμης, ένα κομμάτι που μεγαλώνει συνεχώς: Έτσι κατ' επέκταση στην διάρκεια των 2 τελευταίων χρόνων όλο και περισσότερες γυναίκες έχουν μπει στην ασφαλιστική αγορά σαν ασφαλιστριες διότι είναι πια αναγνωρισμένο ότι αντιπροσωπεύουν μια μεγάλη ανεκμετάλλευτη πηγή στρατολογουμένων που έχουν τις ίδιες πιθανότητες επιτυχίας όπως και οι άνδρες.

Είναι κοινώς παραδεκτόν ότι ένας μεγάλος αριθμός γυναικών είναι ήδη στις πωλήσεις π.χ. καλλυντικών, ρούχων, παπουτσιών κ.λπ. αλλά σε τομείς πωλήσεων που δεν προσφέρουν ούτε τις οικονομικές απολαβές ούτε το κύρος που προσφέρουν οι πωλήσεις στις ασφάλειες.

Το επάγγελμα της ασφαλιστριας είναι ένα κοινωνικό λειτούργημα.

— Βοηθά τους ανθρώπους να βάλουν σε τάξη την ζωή τους, να εξασφαλίσουν το μέλλον τους και της οικογένειάς τους και κατ' επέκταση το δικό της μέλλον και τη ζωή της.

Στον τομέα των υπηρεσιών η γυναίκα έχει πολλά να δώσει διότι εκ φύσεως, παραδόσεως και διαπαιδαγώγησης είναι πιο πονετική, πιο πονόψυχη, πιο εφευρηματική και ας μην ξεχνάμε ότι οι πωλήσεις γενικά είναι πιο πολύ συναίσθημα 80% και 20% λογική.

Αξιοσημείωτο είναι ότι οι πιο πετυχημένοι στον κλάδο των πωλήσεων ασφαλειών είναι αυτοί που νοιάζονται και η γυναίκα έχει μάθει να νοιάζεται για τον συνάνθρωπό της.

Οι γυναίκες ασφαλιστριες έλκονται από το ελεύθερο ωράριο λόγω οικογενειακών υποχρεώσεων.

Έχοντας καθήκον να ανταποκριθούν στον τριπλό ρόλο τους, μητέρας-συζύγου και εργαζόμενης τις βολεύει καλύτερα ένα ευέλικτο ωράριο.

Κατά την προσωπική μου άποψη σημαντικότεροι λόγοι που με ώθησαν να ασχοληθώ με το επάγγελμα είναι:

- Θέτω μόνη μου φραγμούς στις δυνατότητες μου.
- Γνωρίζω νέους ανθρώπους.
- Συνεργάζομαι με επαγγελματίες και επιλέγω τους ανθρώπους που θέλω να έχω επαγγελματικές συναλλαγές.
- Τέταρτον και σημαντικότερο: Οι ασφάλειες πληρώνουν τις ίδιες προμήθειες ανεξάρτητα του φύλου με λίγα λόγια η γυναίκα δεν χρειάζεται να πολεμήσει για ισότητα και ισομοισθία σε αυτό το επάγγελμα - απλά την έχει.

Το κράτος βέβαια χρειάζεται να υποστηρίξει το εξαιρετικό κοινωνικό έργο της ασφαλιστριας δημιουργώντας κέντρα απασχόλησης και μελέτης τις απογευματινές ώρες για τα παιδιά σχολικής ηλικίας, καθώς και παιδικούς σταθμούς που να μένουν ανοικτοί μέχρι αργά για εξυπηρέτηση του πολύωρου και ακανόνιστου ωραρίου της ασφαλιστριας.

Θα ήθελα να τελειώσω παραθέτοντας ένα τρανό παράδειγμα για τις απεριόριστες δυνατότητες των γυναικών το οποίο διάβασα στο βιβλίο του Peter Drucker «Επιχειρηματικότητα και καινοτομία».

Μας αναφέρει χαρακτηριστικά, ότι ο γενικός διευθυντής της CITI BANK στην Αμερική κάπου πριν 25 χρόνια λόγω του ότι η CITI BANK αντιμετώπιζε προβλήματα αποφάσισε να εργοδοτήσει μόνο γυναίκες στα υποκαταστήματα σε όλη την Αμερική με αποτέλεσμα σε σύντομο χρονικό διάστημα να γίνει η πρώτη Εθνική Τράπεζα της Αμερικής. Λόγοι! Δραστήριες και φιλόδοξες γυναίκες που είχαν μείνει ανεκμετάλλευτες λόγω οικογενειακών υποχρεώσεων και έτσι αποτελούσαν ένα άριστο υλικό.

# Η Δύναμη Ενός Μεγάλου

**Για σας που εργάζεστε περισσότερο.**

Μεγαλώνουν οι δουλειές σας, μεγαλώνουν και οι ευθύνες. Τότε, χρειάζεστε ακόμα περισσότερο τη δύναμη ενός μεγάλου.

Γιατί απρόοπτα περιστατικά απειλούν να ζημώσουν την επιχείρησή σας και να ανακόψουν την πορεία της.

Φωτιά, θραυκικό κύκλωμα, απεργίες, τρομοκρατικές ενέργειες, ζημιές στα μηχανήματα και στις εγκαταστάσεις, απώλειες εμπορευμάτων κατά τη μεταφορά και τόσα άλλα.

**Για σας που ανησυχείτε περισσότερο.**

Η οικογένεια μεγαλώνει, και μαζί μεγαλώνει και η δική σας ευθύνη. Τότε, χρειάζεστε περισσότερη σιγουριά. Χρειάζεστε δίπλα σας τη δύναμη ενός μεγάλου.

Για να εξασφαλίσετε προσωπική και οικογενειακή περιθάλψη, για να διασφαλίσετε το οικογενειακό εισόδημα, αλλά και για να προστατέψετε την περιουσία της οικογένειάς σας και το μέλλον των παιδιών σας.

**Για σας που ζητάτε περισσότερη εξασφάλιση.**

Οι επαγγελματικές σας δραστηριότητες γίνονται πολύπλοκες και τα κοινά ασφαλιστικά προγράμματα δεν επαρκούν. Τότε, χρειάζεστε περισσότερη υποστήριξη. Χρειάζεστε δίπλα σας τη δύναμη ενός μεγάλου.

Γιατί οι κίνδυνοι στο επαγγελματικό περιβάλλον είναι πολλοί. Απώλεια κερδών, ευθύνη για ελαττωματικά προϊόντα, επαγγελματική ευθύνη, ευθύνη εργοδότη, ζημιές σεισμού, πλημμύρας, πυρκαγιάς από δάσος...

Για όλους εσάς, λοιπόν, υπάρχει πάντα η δύναμη του Φοίνικα. Η δύναμη της μακρόχρονης επιχειρηματικής δραστηριότητας, της εμπειρίας, της συνέπειας, των σιγουριών και αποδοτικών επενδύσεων και πάνω απ' όλα, η δύναμη των ανθρώπων του, συνεργατών και προσωπικού που πρόθυμα εξυπηρετούν χιλιάδες πελάτες μέσα από ένα πανελλαδικό δίκτυο γραφείων με on-line σύνδεση!

# ΦΟΙΝΙΞ

# Το παλιό και το καινούργιο μαζί = 2 σ' 1 (όπως το Dimension!)

«Το νέο και το παλιό έχουν αξία για μας, μόνο ως προς τη σχέση τους με το παρόν. Το χτες μας έφτιαξε αυτό που είμαστε σήμερα, το αύριο είναι το όνειρό μας. Αν ζεις για ένα από τα δυο, χάνεις τη μοναδική σου πραγματικότητα, τη στιγμή».

Λεό Μπουσκάλια

**Γράφει η: Ψυχολόγος και Επιχειρησιακή Σύμβουλος ΣΜΑΡΟΥΛΑ ΠΑΝΤΕΛΗ**

**Δ**ε ξέρω τι έχω πάθει μ' αυτή τη διαφήμιση που με θέλει να γίνω τύπος 2 σ' 1! Κάτι πάντως έχω πάθει γιατί τελευταία απαντώ αυθόρμητα σε διάφορες ερωτήσεις «Εντάξει μωρέ, 2 σ' 1, και τι έγινε;», όπως λέμε «Ωχ αδερφέ τώρα, μη τη ψάχνεις!».

Δεν έχω τίποτα με το σχετικό σαμπουάν, αντιθέτως το συμπαθώ. Όταν όμως ακούω εκείνο το «Είσαι τύπος... 2 σ' 1» κάτι παθαίνω! Το μυαλό μου «κάνει κορδελάκια» και μου φέρνει εικόνες απα-



*Τι πιο ενδιαφέρον για έναν Manager από το να ερευνά, να δοκιμάζει, να τολμάει; Τολμήστε, δοκιμάστε, ερευνήστε και θα δείτε πως τα αποτελέσματα θα είναι υπεράνω κάθε «τύπου» και κάθε «ειδικού» που εφεύρε «τύπους»!*

νωτές που νομίζω πως έχουν κάτι κοινό. Μια εικόνα είναι, ένα σεμινάριο «τάδε» που εγγυάται **σίγουρη** αλλαγή στην επιχείρηση και **σίγουρη** επίτευξη των οραμάτων της, αφού εκπαιδεύει τους managers πώς να χωρίζουν τον κόσμο τους σε **τύπους χ, ψ, z**, κ.λπ. κι έτσι να καθορίζουν τη συμπεριφορά τους. Μια άλλη εικόνα είναι σ' ένα μαγαζί με ρούχα όπου η πωλήτρια επιμένει πως η πελάτισσα πρέπει ν' αγοράσει το συνολάκι γιατί την κάνει **«άλλο τύπο»!** Μια άλλη εικόνα είναι σ' ένα υποκα-

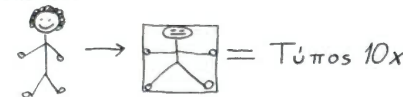
τάστημα όπου ο Agency Manager «παρκινεί» τον Ασφαλιστή λέγοντας «εσύ είσαι **τύπος μοναδικός** και θα πετύχεις». Μια άλλη εικόνα είναι σ' ένα πάρτυ όπου με πλησιάζει κάποια νεαρή κυρία για να μου πει «ε, δε χρειάζεται να συστηθώ εσείς βέβαια ξέρετε, ως ψυχολόγος, ήδη **τί τύπος είμαι!**» Και στο τέλος μου 'ρχεται και μια εικόνα πρόσφατη από ένα σεμινάριο με Agency Managers όπου ρωτήθηκα «άμα έχεις έναν **«τέτοιο» τύπο** στο υποκατάστημα τι κάνεις;».

Εδώ πια σταματάω, τα βροντάω κάτω και λέω: κάποια παρεξήγηση έγινε παιδιά. Εγώ όταν σπούδαζα στο Παν/μιο θυμάμαι πολύ καθαρά πως οι δάσκαλοί μου επέμεναν **«Μη βάζετε ταμπέλες στους ανθρώπους»**. Και πραγματικά, αυτή την αρχή την κράτησα στη δουλειά μου σαν Ευαγγέλιο. Προσπαθώ μάταια να πείσω τον κόσμο πως οι **ταμπέλες τέτοιου τύπου** ή **άλλου τύπου**, δημιουργούν στεγανά, εδραιώνουν αρνητικές συμπεριφορές, καθηλώνουν την επικοινωνία στο αδιέξοδο. Μετά λύπης μου όμως διαπιστώνω πως η αγορά έχει «πήξει» από τεστάκια που βρίσκουν τι τύπος είσαι, από σεμινάρια που χωρίζουν τους ανθρώπους σε τέτοιους τύπους και άλλους τύπους και από «καημένους» Managers που ψάχνουν απαντήσεις «κονσέρβες» σε ερωτήσεις «τυποποιημένες».

Τα πιο αξιόπιστα test προσωπικότητας ποτέ δεν δίνουν μια ταμπέλα τύπου τάδε. Αντίθετα βγάζουν αυτό που λέμε **«προφίλ»**, που δεν είναι τίποτα άλλο από μια **σύνθεση χαρακτηριστικών και τύπων**. Δεν υπάρχει λοιπόν ένας τύπος που να μπορεί να περιγράψει ολοκληρωμένα μια



προσωπικότητα. **Ο καθένας από μας είναι ένας μοναδικός και ξεχωριστός τύπος** που αν τον βάλουμε στο κουτάκι: 10X είναι σαν να τετραγωνίζουμε τον κύκλο ή σαν να:



**Το σχήμα δείχνει πώς βάζουμε το 2 στο 1, ή αλλιώς: Πώς βάζουμε τα δύο πόδια σ' ένα παπούτσι!**

Δηλαδή από κει που ο άνθρωπος είναι ελεύθερος στο χώρο, εμείς τον κουρεύουμε, τον στριμώχνουμε, για να χωρέσει στο τετραγώνάκι: 10X!

Γιατί πρέπει σώνει και ντε, να χωρέσουμε το 2 στο 1; Μια χαρά αριθμοί είναι, πρέπει να τους σουμάρουμε;

Τελευταία, σ' ένα σεμινάριο Θετικής Σκέψης σχετικά με τη Δυναμική που αναπτύσσεται στο υποκατάστημα, ρωτήθηκα πάλι κονσερβοειδώς: Τι να κάνουμε με τους παλιούς και τους καινούργιους Ασφαλιστές, να τους κάνουμε ένα, ή να τους αφήσουμε σε ξεχωριστές ομάδες;

Μα μπορεί άραγε να υπάρξει μια απάντηση κονσέρβα σ' ένα τέτοιο ερώτημα; Αν κάποιος έρθει και σας πουλήσει το σαμπουάν που λούζοντας τους Ασφαλιστές σας μ' αυτό, θα τους κάνει ένα, να ξέρετε ότι σας κοροϊδεύει. Και ο μόνος τρόπος

*Το θέμα δεν είναι να κάνουμε τους Ασφαλιστές ίδιους, γιατί τότε θα πεθάνουμε από ανία! Το θέμα είναι πώς θα τους αφήσουμε να ξεχωρίζουν μέσα στην ομάδα.*

για να μην σας κοροϊδέψει ο οποιοσδήποτε «ειδικός» είναι να μην ζητάτε τη λύση σε μια απάντηση.

Η σωστή απάντηση στο συγκεκριμένο θα ήταν: Πώς μπορώ να φέρω τους Ασφαλιστές μου κοντά; Πώς μπορώ να δέσω την ομάδα μου; Πώς μπορώ να χρησιμοποιήσω την πείρα των παλιών και τον ενθουσιασμό των καινούργιων για να ανεβάσω την ομάδα;

Τέτοιες ερωτήσεις που δεν απαντιούνται μονολεκτικά, είναι και οι σωστές. Το θέμα δεν είναι να κάνουμε τους Ασφαλιστές ίδιους, γιατί τότε θα πεθάνουμε από ανία! Το θέμα είναι πώς θα τους αφήσουμε να ξεχωρίζουν μέσα στην ομάδα. Η ομάδα είναι μία, είναι το σύνολο και, το άθροισμα των μερών της δεν ισούται με το σύνολο γιατί εμπεριέχει και τη δυναμική ανάμεσα στις μονάδες. Δηλαδή, 1 + 1 δεν κάνει 2 αλλά κάνει 2 + (1+1)! Πόσο μάλλον το 2 να κάνει 1, αδύνατο!

Ψαχτείτε, λοιπόν, σκεφτείτε και προπα-

ντός νιώστε! Αφήστε το σώμα σας να αισθανθεί γιατί αυτό θα σας οδηγήσει στη λύση. Αν προσπαθείτε συνεχώς να δρομολογηθείτε μέσα από ταμπέλες, σε λίγο θα βγειτε κι εσείς σαν τα απορρυπαντικά στο Super Market που είναι όλα ίδια, τόσο ίδια που είναι συνεχώς σε προσφορά μπας και ξεχωρίσουν!

Τι πιο ενδιαφέρον για έναν Manager από το να ερευνά, να δοκιμάζει, να τολμάει; Τολμήστε, δοκιμάστε, ερευνήστε και θα δείτε πως τα αποτελέσματα θα είναι υπεράνω κάθε «τύπου» και κάθε «ειδικού» που εφεύρε «τύπους»!

Η προσωπικότητα του ανθρώπου είναι τόσο μεγάλη που είναι ασταίο να πάμε να την τυποποιήσουμε. Ακριβώς γι' αυτό και είναι συναρπαστική. Μήπως κι εσείς απ' αυτό τον ενθουσιασμό σας για την επικοινωνία δεν γίνατε κάποτε Ασφαλιστές;

Εμπρός λοιπόν, έξω οι «τύποι» και μέσα οι «συνδυασμοί»! Το **παλιό** με το **καινούργιο**, το **καλό** με το **κακό**, το **προκλητικό** με το **σεμνό**, και πάει λέγοντας. Αυτό μπορεί να μας φέρει καινούργιες ιδέες. Εκεί είναι η ομορφιά και το ενδιαφέρον της ίδιας της ζωής.

Μην ξεχνάτε πως έρχεται το '92, πως καλούμαστε να ξεχωρίσουμε και όχι να κονσερβοποιηθούμε!

Λίγη τόλμη λοιπόν! Πού είναι η Ελληνική Τόλμη, ή μήπως ήδη γίναμε «τύπος 2 σ' 1»;

## ΒΙΟΓΡΑΦΙΚΟ

**Η ΣΜΑΡΟΥΛΑ ΠΑΝΤΕΛΗ** είναι ψυχολόγος και ασχολείται με την ανθρώπινη επικοινωνία και τα προβλήματά της. Εργάζεται σαν ψυχοθεραπεύτρια και σαν Επιχειρησιακή Σύμβουλος οργανώνοντας σεμινάρια Επικοινωνίας κυρίως στον Ασφαλιστικό χώρο. Μέχρι σήμερα έχει συνεργαστεί με την INTERAMERICAN, τη METROLIFE, τη CONTINENTAL, την ΑΣΠΙΔΑ ΠΡΟΝΟΙΑ και τον ΑΣΤΕΡΑ και έχει διδάξει σε πάνω από 1.000 παραγωγούς Ασφαλειών. Αυτό τον καιρό συνεργάζεται και με το τηλεοπτικό κανάλι ANTENNA όπου εμφανίζεται κάθε Τρίτη στην εκπομπή Πρωινός Καφές. (Σμαρούλα Παντελή, Καψάλη 7B, 106 74 Αθήνα, Τηλ. 7225538).

# Το ισλαμικό φαινόμενο και οι γεωπολιτικές συνέπειες του δημογραφικού προβλήματος

Τοποθετώντας τα πράγματα επάνω στις 3 παραμέτρους της Ελληνικής γεωπολιτικής (Βαλκάνια, Μεσόγειος, Ευρώπη) παρατηρούμε ότι η Ελλάδα συνορεύει με τέσσερις χώρες δημογραφικώς κατοχυρωμένες, από τις οποίες η Βουλγαρία και οι εθνότητες της Γιουγκοσλαβίας ακολουθούν δημογραφική πολιτική για ανανέωση του πληθυσμού τους, ενώ οι δύο άλλες, Αλβανία και Τουρκία, διατηρούν υψηλό επίπεδο γονιμότητας και παρουσιάζουν διπλασιαζόμενο πληθυσμό κάθε 20-30 χρόνια. Σε παρεμφερή δημογραφική ακμή βρίσκονται και οι υπόλοιπες επτά ισλαμικές χώρες του Μεσογειακού Νότου: Αλγερία, Αίγυπτος, Λίβανος, Λιβύη, Μαρόκο, Συρία, Τυνησία. (Ο Λίβανος επισήμως είναι χώρα μεικτή χριστιανική - μουσουλμανική, ο μουσουλμανικός όμως πληθυσμός αποτελεί σήμερα πλέον την αδιαμφισβήτητη πλειοψηφία, γεγονός που έχει οδηγήσει και στην ανατροπή του ευνοϊκού προς τους Χριστιανούς Μαρωνίτες πολιτικού status quo).

Σύμφωνα με στοιχεία που προσφάτως είδαν το φως, το 2025, μετά από τριετή περίοδο δεκαετιών, οι γηρασμένες χώρες της μεσογειακής Ευρώπης (Ελλάδα, Ιταλία, Γαλλία, Πορτογαλία, Ισπανία) θα αριθμούν μόλις 187 εκατομμύρια με αναλογία ηλικιωμένων ατόμων 25% επί του συνολικού πληθυσμού, ενώ οι νεανικές χώρες του Μεσογειακού μουσουλμανικού κόσμου θα αριθμούν 340 εκατομμύρια με αντίστοιχη αναλογία μόλις 7%. (Μελέτη του Νίκου Πολύζου, Γεωργίου Τζιαφέτα, Ήρας Εμκε-Πουλοπούλου και Γεωργίου Σιάμπου για το Κέντρο Ερεύνης Ελληνικής Κοινωνίας της Ακαδημίας Αθηνών, Αθήνα 1988).

Ο Pierre Lelouche, Αναπληρωτής Διευθυντής του Γαλλικού Ινστιτούτου Διεθνών Σχέσεων (I.-F.R.I.) έγραψε στο περιοδικό Newsweek (31-10-1988): «Οι δημογράφοι υπολογίζουν ότι η Ευρώπη θα δει περίπου 25 έως και 65 εκατομμύρια Άραβες μετανάστες να εισρέουν μέχρι το 2025. Δεν υπάρχει καμμία περίπτωση να μπορέσουν οι χώρες της Βορείου Αφρικής να δημιουργήσουν αρκετές θέσεις εργασίας για το νεανικό πληθυσμό τους». Και αναρωτιέται ο Γάλλος διεθνολόγος: «Η γήρανση του Ευρωπαϊκού πληθυσμού θα απελευθερώσει θέσεις εργασίας για μετανάστες Βορειοαφρικανούς; Αλλά τι θα γίνει με τη σύγκρουση των πολιτιστικών χαρακτηριστικών και την έμφυτη ευρωπαϊκή προκατάληψη έναντι των μεταναστών από τον Τρίτο Κόσμο;».

Πέραν του Βορειοαφρικανικού Ισλάμ, που απασχολεί ιδιαίτερα τους Ευρωπαίους μελετητές και την Οικονομική και Κοινωνική Συμβουλευτική Συνέλευση της ΕΟΚ, η Ελλάδα βρίσκεται

*Η Ευρώπη ολόκληρη, Δυτική και Ανατολική, αντιμετωπίζει έντονο δημογραφικό πρόβλημα με τη μορφή της μείωσης των γεννήσεων σε επικίνδυνο βαθμό και με απειλή σοβαρής ανατροπής των σημερινών γεωπολιτικών δεδομένων.*



**Γράφει ο: Κ. ΧΟΛΕΒΑΣ**  
**Continental**  
**Πολιτικός Επιστήμονας**  
**μέλος του Δ.Σ. του ΙΑΔΗΠ**

και πολύ πιο έντονα στο επίκεντρο της πολύπλευρης Ισλαμικής εκρήξεως. Για να γίνει σαφέστερη αυτή η εικόνα αρκεί να υπενθυμίσουμε 3 σημεία: α) Την αύξηση του Μουσουλμανικού πληθυσμού στην Δυτική Θράκη, γεγονός που προκαλεί ενθουσιασμό σε ορισμένους Εθνικιστικούς Κυβερνητικούς κύκλους της Τουρκίας, β) Την αύξηση του Μουσουλμανικού πληθυσμού μέσα στα σύνορα της διαλυμένης γειτονικής Γιουγκοσλαβίας με επίκεντρο την Βοσνία και το ταραγμένο Κοσσυφοπέδιο (συγκρούσεις αλβανοφώνων Μουσουλμάνων με Ορθόδοξους Σέρβους) και γ) Τη ραγδαία αύξηση των απανταχού Αράβων, οι οποίοι κατά συντριπτική πλειοψηφία είναι Μουσουλμάνοι, και η οποία αύξηση τονώνει την αγωνιστικότητα και τον φανατισμό τους, επομένως αυξάνει τις πιθανότητες των μελλοντικών συγκρούσεων με τον Εβραϊκό πληθυσμό της περιοχής. Και μία τέτοια πολεμική προοπτική δεν πρόκειται —ή μάλλον δεν μπορεί— να έχει θετικές επιδράσεις επί του ενιαίου αμυντικού και πολιτικού χώρου του Ελληνισμού, νοσημένου ως συνόλου (Ελλαδικού και Κυπριακού).

Η γεωπολιτική πάντως διάσταση του προβλήματος έχει ευρύτερες προεκτάσεις, φθάνει δε και εγγίζει εντονότατα και τη Σοβιετική Ένωση. Η Ανατολική Υπερδύναμη αντιμετωπίζει σοβαρό πρόβλημα υπογεννητικότητας, εν αντιθέσει με τη Δυτική Υπερδύναμη (ΗΠΑ) που απολαμβάνει ευχάριστες συνέπειες της εκρήξεως των γεννήσεων (baby boom) που σημειώθηκε μετά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο και έχει φέρει σήμερα τις ΗΠΑ σε δημογραφική υγεία.

Το Σοβιετικό πρόβλημα είναι ιδιαίτερα εμφανές στον τομέα των στρατευομένων. Μεταξύ των ετών 1971 και 1975 η ΕΣΣΔ μπορούσε να καλέσει ετησίως μια κλάση 2,5 εκατομ. ανδρών. Μεταξύ 1986 και 1990 ο αριθμός αυτός έπεσε στα 1,7 εκατομμύρια μόνον. Υπάρχει όμως και το δεύτερο σκέλος του προβλήματος: Η υπεργεννητικότητα των κατοίκων των Μουσουλμανικών Δημοκρατιών της ΕΕΣΣΔ, σε συνδυασμό με την υπογεννητικότητα των γυναικών Ρωσικής εθνικότητας. Οι Ρώσοι προβλέπεται να αποτελούν μειονότητα μέσα στο Σοβιετικό πληθυσμό περί το 2.000 πράγμα που ανατρέπει πολλές δομές, δεδομένου ότι τον έλεγχο των ευαίσθητων τομέων του κρατικού μηχανισμού κρατούν «ως κόρη οφθαλμού» στελέχη Ρωσικής Εθνικότητας μέτοχοι της Χριστιανορθόδοξης κληρονομιάς. Θα μπορούν όμως και μετά από 10-15 χρόνια να διατηρούν τον έλεγχο αυτό; Και ποια προβλήματα θα προκύψουν από τις αυξημένες απαιτήσεις της Μουσουλμανικής πλειοψηφίας, δεδομένων και των εθνικιστικών τάσεων που ανοικτά και μαχητικά πλέον απειλούν την παραδοσιακή συνοχή

της ΕΣΣΔ; Κανείς δεν μπορεί να απαντήσει με βεβαιότητα. Το μόνο βέβαιο είναι ότι ο Μιχαήλ Γκορμπατσόφ αποφάσισε να λάβει σημαντικά μέτρα για την αύξηση των γεννήσεων μεταξύ των Ρωσίδων γυναικών.

## Συμπέρασμα

Το συμπέρασμα πιστεύουμε ότι εξάγεται αβίαστα. Η Ευρώπη ολόκληρη, Δυτική και Ανατολική, αντιμετωπίζει έντονο δημογραφικό πρόβλημα με τη μορφή της μείωσης των γεννήσεων σε επικίνδυνο βαθμό και με απειλή σοβαρής ανατροπής των σημερινών γεωπολιτικών δεδομένων. Η Ελλάδα δε, λόγω της ευαίσθητης γεωγραφικής της θέσεως και των ιδιαζουσών παρα-

## Μάτια μόνο για πολυκατοικίες!

**Γράφει ο Κ. ΠΑΠΑΝΙΚΟΛΑΟΥ**  
**Διευθυντής υπ/ματος Ζωής ΑΣΤΗΡ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΗ**

**Δ**υστυχώς ή ευτυχώς οι λαϊκές μας παροιμίες είναι τις περισσότερες φορές όχι μόνο σοφές, αλλά σοφότερες. Αναφέρομαι στο «τη δικιά μου την καμπούρα δεν τη βλέπω, βλέπω όμως τη δικιά σου». Δεν ξέρω την περιεκτικότητα της ποσότητας και ποιότητας των υπηρεσιών που προσφέρουμε στους ασφαλισμένους, ούτε γνωρίζω το μήκος και πλάτος του ενδιαφέροντος που παρέχουμε στους ακούραστους εργάτες, τους ασφαλιστές μας. Αλλά εκείνο που μπορώ με σιγουριά να πω, είναι ότι η φύση της δουλειάς μας και ο κοινωνικός της ρόλος μας επιβάλλουν σε τακτά χρονικά διαστήματα να πατάμε λίγο το φρένο της αλαζονείας, οικονομικής και κοινωνικής και να ελέγχουμε τα συναισθήματα μας, αυτά που έχουν άμεση σχέση με την πραγματική μας θέση και στάση απέναντι στα προβλήματα, τις ανάγκες και την προσωπικότητα των πελατών και των ασφαλιστών μας.

Αρκετές φορές νομίζουμε πως επειδή οι «τσέπες μας γεμίζουν» ή επειδή «οι όροφοι στις πολυκατοικίες αυξάνουν» ότι κάνουμε πολύ καλά και υπεύθυνα τη δουλειά μας και πως λογικά, κανείς από τους γύρω μας δεν θα πρέπει να έχει παράπονο, γιατί εμείς είμαστε τέλειοι στη δουλειά μας. Με αυτό τον τρόπο έχουμε καταφέρει μερικές φορές να ζούμε σ' ένα κόσμο τελείως ψεύτικο, αφού όλα τα ερμηνεύουμε με το δικό μας μοναδικό και ανεπανόλητο τρόπο. Κάνοντας όμως μια προσπάθεια να μιλήσουμε «στ' αλήθεια» με τον εαυτό μας ίσως διαπιστώσουμε, δυστυχώς ότι τα πράγματα είναι τελείως ή ότι τουλάχιστον δεν ήταν όπως νομίζαμε. Και αυτό το «ψάξιμο» δεν είναι και τόσο δύσκολο να γίνει, φτάνει να συνειδητοποιήσει κάποιος ότι έχει να κάνει με ανθρώπους, με ανθρώπους που έχουν ανάγκες, με ανθρώπους που περιμένουν απ' αυτόν να πάρουν μια σύνταξη στα γεράματα ή να εξασφαλίσουν τις σπουδές των παιδιών τους, ή να εξασφαλίσουν την οικογένειά τους ή να ελπίζουν σε μια «δυναμική καριέρα» όπως άκουσαν όταν πάτησαν το πόδι τους στο υποκατάστημα εφ' όσον πρόκειται για ασφαλιστές.

Δεκάδες άνθρωποι περιμένουν από μας τους συντονιστές ή τους μάντζερς ή τους Δ/ντες υποκαταστημάτων, μια καλύτερη ποιότητα ζωής.

Όμως πώς εμείς μπορούμε να μιλάμε και να υποσχόμαστε «ΖΩΗ» στους άλλους όταν δεν έχουμε γνωρίσει ακόμη τα συναισθήματα που νιώθει κάποιος όταν συνειδητά και ανθρώπινα πουλάει στους άλλους την εξασφάλιση αυτή; Η αυτογνωσία νομίζω πως είναι ο καλύτερος σύμβουλος μας, σ' αυτή τη προσπάθεια. Και αυτή μπορεί κάποιος να την αποκτήσει ξο-

δεύοντας λίγο από τον «πολύτιμο» χρόνο του με το να συμμετέχει σε ομάδα αυτογνωσίας. Η ομάδα αυτογνωσίας είναι σεμινάριο αυτοβελτίωσης που συντονίζεται από ψυχολόγο σε εβδομαδιαίες συναντήσεις σε διάρκεια από 3μηνη μέχρι αρκετά χρόνια... εκεί δημιουργείται ένα κλίμα εμπιστοσύνης που επιτρέπει στους συμμετέχοντες με την βοήθεια του ψυχολόγου να επικοινωνούν καλύτερα με τον εαυτό τους και τους άλλους.

Το αντίτιμο του «χαμένου χρόνου» θα είναι σίγουρα ότι τα μάτια μας θα σταματήσουν «να μη βλέπουν» και θ' αρχίσουν «να βλέπουν» πραγματικά τους συναδέλφους μας, τους ασφαλιστές μας, τους πελάτες μας, την οικογένειά μας τη κοινωνία μας.

Εμείς που μιλάμε για προγραμματισμό και οργάνωση που βάζουμε στόχους, που λέμε για προτεραιότητες και ιεραρχήσεις



**ΒΙΟΓΡΑΦΙΚΟ**  
Ο Κώστας Παπανικολάου γεννήθηκε στο Αγρίνιο το 1956 και είναι απόφοιτος της Σχολής Αξιωματικών Εμπορικού Ναυτικού. Ξεκίνησε την ασφαλιστική του καριέρα το 1981 στην INTERAMERICAN και από το 1983 συνεργάζεται με τον ΑΣΤΕΡΑ. Από το 1989 διευθύνει το υπ/μα του Πειραιά. Διεύθυνση: Ακτή Μιαούλη 25, τηλ.: 4112412 και Αγρινίου Δ/ση Χρ. Σαλάκου 6Α τηλ. 36320.

που βιαζόμαστε να βελτιωθούν οι ασφαλιστές μας και βιαζόμαστε τόσο πολύ παρασυρόμενοι από τόσο ακριβές φιλοδοξίες, ασχοληθούμε λίγο έστω και με την ατομική μας βελτίωση. Αυτή που μόνο αυτή μπορεί να εγγυηθεί για τη βελτίωση των ασφαλιστών μας και την αληθινή, επαγγελματική και ανθρώπινη συναλλαγή μας με πελάτες και ανθρώπους.

Στο κάτω-κάτω, αφού συναλασσόμαστε με ανθρώπους, μοιραία, δημιουργούνται ορατές ή μη συγκρούσεις και αντιδράσεις, εσωτερικές ή εξωτερικές, τις οποίες επιβάλλεται να καταλαβαίνουμε, έτσι ώστε να μην κάνουμε τον εαυτό μας δυστυχισμένο, αλλά ούτε και τους γύρω μας.

Και αυτό δεν είναι δύσκολο.

Γνωρίζοντας τον εαυτό μας, ξέρουμε τι θέλουμε, ξέρουμε στ' αλήθεια τι μας αρέσει, μαθαίνουμε να δίνουμε πραγματική αγάπη στους άλλους και βεβαίως θα γνωρίζουμε τι μπορούμε να κάνουμε για να βελτιώσουμε τις εσωτερικές και εξωτερικές μας, παρορμήσεις —τάσεις-επιθυμίες-συγκρούσεις-αντιδράσεις-προβληματισμούς— κ.λπ.

Το τελικό συμπέρασμα απ' αυτή τη προσπάθεια για αυτοέλεγχο και ατομική βελτίωση, δεν μπορεί να είναι άλλο από το ότι η ζωή μας, δεν είναι μόνο μερσεντές, βίλες και πολυκατοικίες, αλλά είναι αυτή η ίδια η ζωή και ΖΩΗ είναι η ίδια η ΑΥΤΟΓΝΩΣΙΑ.

# Η ALLIANZ είναι οργανωμένη να πρωταγωνιστεί

Συνέντευξη του κ. Ιερώνυμου Δελένδα, Προέδρου Διοικητικού Συμβουλίου των ασφαλιστικών εταιριών ALLIANZ



**ΕΡ.:** Η ALLIANZ ήρθε στην Ελλάδα το 1991. Τι νέο μπορεί να βρει σ' αυτήν ο Έλληνας ασφαλισμένος;

**ΑΠ.:** Ο ασφαλισμένος θα έχει στη διάθεσή του μία πανίσχυρη Εταιρία με σύγχρονα προϊόντα, άψογη εξυπηρέτηση, διεθνή εμπειρία, μεγάλη τεχνική υποστήριξη και συναγωνιστικές —λόγω μεγέθους και οργάνωσης— τιμές και βέβαια, ένα ασφαλιστήριο με το κύρος και την αξιοπιστία της ALLIANZ.

**ΕΡ.:** Είναι στους στόχους σας να ηγηθεί η ALLIANZ και στην Ελλάδα ή στοχεύετε επιλεκτικά κάποιες εργασίες;

**ΑΠ.:** Η ALLIANZ είναι συνηθισμένη (και οργανωμένη) για να πρωταγωνιστεί πατού. Ασφαλώς λοιπόν μέσα στους στό-

χους της είναι να καταλάβει γρήγορα μία από τις πρώτες θέσεις και στην ελληνική ασφαλιστική αγορά. Τώρα, όσον αφορά την επιλογή εργασιών, είναι αυτονόητο ό-τι, όπως κάθε σοβαρή Εταιρία, θα ασκήσει μία σωστή επιλογή κινδύνων για να έχει ένα ικανοποιητικό τεχνικό αποτέλεσμα. Το πλεονέκτημά της βέβαια είναι ότι η μεγάλη οικονομική της ισχύ της επιτρέπει να «αντέξει» με άνεση σε οποιοδήποτε τυχόν δυσμενείς αντιξοότητες.

**ΕΡ.:** Θα ασκήσει η ALLIANZ επιθετική πολιτική για να επιτύχει στην Ελλάδα τους υψηλούς στόχους της;

**ΑΠ.:** Επιθετική πολιτική με την έννοια της ανάπτυξης, ναι. Επιθετική πολιτική με την έννοια της υποτιμολόγησης ή των με-

γάλων παραχωρήσεων, ασφαλώς όχι. Πιστεύουμε ότι τα πολλά πλεονεκτήματα της ALLIANZ θα της επιτρέψουν μία γρήγορη ανοδική πορεία χωρίς να υπάρχει καμία απολύτως ανάγκη να χρησιμοποιήσει ανορθόδοξες μεθόδους για το σκοπό αυτό. Εξάλλου η στρατηγική της Εταιρίας —και στο σημείο αυτό έχουν δοθεί σαφείς εντολές της Διοίκησης προς τα αρμόδια στελέχη— είναι να υπάρχει στενή συ-

νεργασία και ανταλλαγή απόψεων στην κάλυψη ιδίως των μεγάλων κινδύνων, γιατί πιστεύουμε απόλυτα στην ιδέα της συνασφάλισης και όχι της αποκλειστικής ασφάλισης, έστω και αν η ALLIANZ έχει την ευχέρεια να καλύψει μόνη της και χωρίς τοπική συνδρομή οποιονδήποτε κίνδυνο στην Ελλάδα.

**ΕΡ.:** Πώς βλέπετε τον ανταγωνισμό στα πλαίσια της Ε.Ο.Κ.; Θα γίνεται σε επίπεδο τοπικών θυγατρικών εταιριών ή σε επίπεδο μητρικών εταιριών;

**ΑΠ.:** Αυτό εξαρτάται από τη δικτύωση της κάθε Εταιρίας στις διάφορες χώρες της Ε.Ο.Κ. Πάντως ακόμη και αν υπάρχει θυγατρική εταιρία σε μία χώρα, τίποτα δεν αποκλείει τη δυνατότητα της μητρικής να αναμειχθεί απ' ευθείας σε ασφαλίσειες κυρίως Πολυεθνικών Επιχειρήσεων χρησιμοποιώντας ως ένα βαθμό την τοπική θυγατρική Εταιρία για καλύτερη εξυπηρέτηση του πελάτη της.

**ΕΡ.:** Από πότε θα απολαμβάνει και ο Έλληνας τα προγράμματα που παρέχει στον Γερμανό ασφαλισμένο η ALLIANZ;

**ΑΠ.:** Τα διάφορα ασφαλιστικά προγράμματα μπορούν εύκολα να προσαρμοσθούν σε κάθε αγορά. Με βάση την υποστήριξη από τις έμπειρες τεχνικές υπηρεσίες της ALLIANZ Γερμανίας, αλλά λαβαίνοντας υπόψη και τις τοπικές συνθήκες και τις ανάγκες του Έλληνα καταναλωτή, η ALLIANZ θα χρησιμοποιήσει στην Ελλάδα κάθε φορά το συνδυασμό εκείνων των καλύψεων που θα είναι κατάλληλες για το συγκεκριμένο πελάτη.

**ΕΡ.:** Ειδικότερα για τη μέθοδο ανάπτυξης των εργασιών, σκέπτεσθε να καταλάβετε την ηγετική θέση που επιδιώκετε με την πρόσληψη πολλών ασφαλιστών με ποιοτική παραγωγή, ή θα στηριχθείτε στα ανταγωνιστικά σας προϊόντα που θα ελκύσουν τους καταναλωτές με τη βοήθεια έμπειρων ασφαλιστών επιπέδου ALLIANZ;

**ΑΠ.:** Ασφαλώς το δεύτερο. Επιλεγμένοι συνεργάτες υψηλού επιπέδου —και ήδη υπάρχουν αρκετοί— θα προωθήσουν τη δραστηριότητά μας στηριζόμενοι στα αρίστης ποιότητας ασφαλιστικά προϊόντα, την άψογη εξυπηρέτηση και την ισχυρότερη τεχνική και οικονομική υποδομή μας. Θα έχουμε φυσικά να αντιμετωπίσουμε το συναγωνισμό άλλων αξιόλογων και καλά οργανωμένων Εταιριών, πράγμα βέβαια που σε τελευταία ανάλυση θα αποβεί προς όφελος του καταναλωτή. Πιστεύουμε όμως ότι έχουμε κάποια σημαντικά πλεονεκτήματα που θα μας επιτρέψουν να προχωρήσουμε γρηγορότερα από τους άλλους μέσα σε μία αγορά που θα γίνεται όλο και πιο δύσκολη, αλλά που για αρκετά ακόμη χρόνια θα έχει ευρύτητα περιθώρια ανάπτυξης για όλους.

## Τι λέει ο Dr. R. Gavazzi:

«... Συνεχώς εργαζόμαστε με επιμονή για την εξάπλωση του διεθνούς μας δικτύου.

Γιατί όμως στις μέρες μας μια ασφαλιστική εταιρία χρειάζεται να είναι μεγάλη και να λειτουργεί σ' όλες τις σημαντικές αγορές;

Το μέγεθος δεν είναι αυτοσκοπός. Συχνά επιβάλλεται από την ανάπτυξη των εργασιών και τη δομή του πελατολογίου.

Αν κάποιος επιθυμεί να συνάψει ασφαλιστήρια βιομηχανικών κινδύνων στη σημερινή ενωμένη Ευρωπαϊκή αγορά, θα πρέπει να μπορεί να προσφέρει στους διεθνείς του πελάτες ένα δίκτυο τοπικών εταιριών για να μπορεί να εξασφαλίσει τοπική κάλυψη, στα πλαίσια όμως μιας διεθνούς ασφαλιστικής φιλοσοφίας.

Ακόμη, οι διάφορες τοπικές εταιρίες θα πρέπει να είναι αρκετά μεγάλες για να είναι σε θέση να προσφέρουν ασφαλιστική κάλυψη σε χαμηλό και συνεπώς ανταγωνιστικό κόστος.

Στον όμιλο της Allianz κάθε Εταιρία μας μπορεί να αντλήσει τα οφέλη της ασφαλιστικής μας εμπειρίας όλου του ομίλου και των ερευνητικών προγραμμάτων



που διεξάγονται στο Κέντρο Τεχνολογίας της Allianz κοντά στο Μόναχο.

Για την ασφάλιση πολύπλοκων βιομηχανικών κινδύνων διαθέτουμε μια ομάδα ειδικών που εργάζεται σε πανευρωπαϊκό επίπεδο και είναι διαθέσιμοι σε κάθε τοπική Εταιρία, όποτε χρειασθούν.

Ειδικό επιστήμονες της πληροφορικής βοηθούν τις Εταιρίες του ομίλου σε όλο τον κόσμο στο συνεχή εκσυγχρονι-

σμό των μηχανογραφικών συστημάτων τους.

Εξάλλου εξειδικευμένα διευθυντικά στελέχη ασφαλίσων προσφέρουν την εμπειρία τους σε συναδέλφους τους στον Όμιλο Allianz όποτε αυτό χρειασθεί.

Με αυτό τον τρόπο συνδυάζουμε τα πλεονεκτήματα της διεθνούς μας εμπειρίας και της οικονομικής μας ευρωστίας και σιγουριάς, με τα πλεονεκτήματα που μας παρέχουν οι τοπικές εταιρίες.

Αυτή είναι η δομή εξυπηρέτησης που θέλει ο Ευρωπαίος Πελάτης.

Θέλει να εξυπηρετείται, τοπικά όπου βρίσκεται ο κίνδυνος, αλλά η ποιότητα αυτής της εξυπηρέτησης πρέπει να είναι Ευρωπαϊκού επιπέδου.

Όποιος θέλει να επιβιώσει ως ασφαλιστής στο ανταγωνιστικό περιβάλλον της Ευρώπης, είτε πρέπει να ασχοληθεί με εξειδικευμένους ασφαλιστικούς τομείς ή να προσαρμόσει τη δομή των εργασιών του και το μέγεθός του στη σύγχρονη Ευρωπαϊκή Εσωτερική Αγορά.

Για αυτούς τους λόγους αναθεωρήσαμε και αναδιοργανώσαμε τη δραστηριότητά μας στην Ελληνική ασφαλιστική αγορά, δημιουργώντας τις νέες μας Εταιρίες».



## ΤΑ ΤΕΥΧΗ «NAI» ΕΙΝΑΙ ΠΟΛΥΤΙΜΟ ΥΛΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ

Αν δεν είχατε γνωρίσει ακόμη το «NAI» και χάσατε μερικά τεύχη του μπορείτε να τα αποκτήσετε στέλνοντας το κουπόνι συμπληρωμένο στην διεύθυνση Έθωνος 6 - Σύνταγμα, Αθήνα 105 57 ή στέλνοντας FAX στο 3221525 με τα στοιχεία σας.



Η κ. Αθηνά Παπανικολάου

Για την περιοχή Αττικής η κ. Αθηνά Παπανικολάου έχει προσληφθεί από το «NAI» να σας εξυπηρετήσει στο γραφείο σας για συνδρομές με επίσκεψη και καταγραφή θεμάτων που θα θέλατε να παρουσιάσει το «NAI» σε επόμενα τεύχη του.

Γράψτε τα θέματά σας, μιλήστε για όσα σας απασχολούν, απαιτήστε ποιοτική συμπεριφορά συναδέλφων, πετάξτε έξω απ' το λειτούργημα περαστικούς αλεξιπτωτιστές, προβάλλετε ανθρώπους και ενέργειες που μας κάνουν όλους περήφανους σαν ασφαλιστές.

Είτε συμπληρώστε το κουπόνι και στείλετε επιστολή στην διεύθυνση Έθωνος 6, Αθήνα 105 57 είτε στείλετε FAX στο 3221525 είτε τηλεφωνήστε στη συνεργατίδα μας κ. Αθηνά Παπανικολάου στο 3229973 ή θα είναι τιμή για όλους εμάς που φροντίζουμε το περιοδικό των ασφαλιστών μας να σας υπηρετήσουμε. Το δικαιοσύνη.

ΕΤΗΣΙΑ ΣΥΝΔΡΟΜΗ 4.000 - ΦΟΙΤΗΤΕΣ 2.000 ΕΤΑΙΡΙΕΣ 15.000

ΣΥΜΠΛΗΡΩΣΤΕ ΤΟ ΚΟΥΠΟΝΙ ΜΕ ΚΕΦΑΛΑΙΑ

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ .....  
 ΟΔΟΣ - ΑΡΙΘΜΟΣ .....  
 ΤΑΧ. ΚΩΔΙΚΑΣ .....  
 ΠΟΛΗ - ΧΩΡΙΟ .....  
 ΝΟΜΟΣ .....  
 ΕΤΑΙΡΙΑ - ΙΔΙΟΤΗΤΑ .....  
 ΤΗΛΕΦΩΝΑ: .....  
 ΓΡΑΨΤΕ ΜΙΑ ΠΡΟΤΑΣΗ ή ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΗ ΓΙΑ ΤΟ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ (ΠΡΟΑΙΡΕΤΙΚΟ)



WWF Kojo Tanaka BCL

## The Giant Panda needs your help to survive

ONCE every eighty to a hundred years the bamboo forests in China's Sichuan Province burst into flower and then die off. And that's bad news for the Giant Panda, which depends for its survival on huge amounts of bamboo.

But that's just one of the problems facing the Panda.

To ensure that it has a future it is vital to preserve the complex ecosystem in which it lives, to carry out research into its dietary needs and investigate possible alternatives, to discover the reasons for its low repro-

duction rate, to study the problem of internal parasites—all these factors and many more which threaten its survival.

Recognition of the urgent need to solve these and other problems has resulted in a unique and historic partnership between WWF and the People's Republic of China.

WWF has agreed to contribute US \$1,000,000 towards a total of about US \$3,000,000 needed by the Chinese Government to mount a major Panda Conservation Programme. This includes construction of a research and conservation centre in the largest of

the Panda reserves – Wolong Natural Reserve in Sichuan Province.

A team from WWF, led by the distinguished ecologist Dr. G. Schaller, is already at work in Wolong together with top Chinese scientists under the leadership of Professor Hu Jinchu.

The Giant Panda is an endangered animal. It is also the symbol of WWF's worldwide conservation efforts to save life on earth.

But WWF needs money – your money.

Please send contributions to the WWF National Organisation in your country or direct to:

 **WWF International,**  
1196 Gland, Switzerland.  
**WWF WORLD WILDLIFE FUND**

WWF acknowledges the donation of this space by

Advertisement prepared as a public service by Ogilvy & Mather.

Κατά τη διάρκεια μιας περιόδου πέντε ετών, η Ogilvy & Mather ζητιάνεψε δωρεάν διαφημιστικό χώρο αξίας 6.500.000 δολαρίων για την Παγκόσμια Οργάνωση Προστασίας Άγριων Ζώων σε δεκάξι χώρες.

# Πως και πότε... μερικές διαφημίσεις εταιριών δεν βλάπτουν σοβαρά τη φήμη τους και την υγεία των πελατών τους!

Το κείμενο αυτό γράφτηκε με σκοπό να στρέψει τις διαφημίσεις των ασφαλιστικών εταιριών που αποβλέπουν στη δημιουργία καλού ονόματος στην Αγορά στη συμμετοχή του αγώνα για την προστασία του περιβάλλοντος που θα οδηγήσει και στην προστασία του καλού ονόματος εταιριών και ασφαλιστών στον ελληνικό χώρο.

**Σ**το φανταστικό ποσό των 2 δισεκατομμυρίων δραχμών περίπου θα φτάσει η διαφημιστική δαπάνη του ασφαλιστικού κλάδου το 1991, ποσό που 20 περίπου εταιρίες απ' τις 170 θα πληρώσουν.

Ο ρυθμός είναι αυξητικός και η μάχη του ανταγωνισμού σκληρή...

Δεν είναι πρόθεση σ' αυτές τις γραμμές να αναφερθούμε στα καλά ή μη της διαφήμισης, στο τι είναι διαφήμιση και τι δημόσιες σχέσεις...

Μερικές φορές η διαφήμιση βλάπτει όταν ο πελάτης δεν βρίσκει αυτά που του υπόσχεται μια καλή διαφήμιση και γίνεται εχθρός του διαφημιζομένου... Σε έρευνες που έγιναν πολλοί πελάτες αντιδρούν στην ποσοτική διαφήμιση.

Γεγονός είναι πως η διαφήμιση έβγαλε στην επικαιρότητα τις ασφάλειες και τον ασφαλιστή. Σήμερα που μπήκαν πολλοί σ' αυτό το παιχνίδι πρέπει να προσέξουν οι εταιρίες μήπως οι διαφημιστές τους βγουν (... αφού δεν γνωρίζουν και καλά το χώρο μας —με διηγήσεις δεν μπορούν να είναι πάντα μέσα...) και υπερβάλλουν σε επίθετα για τους ασφαλιστές ή σε περιγραφές για τα ασυναγώνιστα και απεριόριστα και απείρου κάλλους συμβόλαια!

Οι φράσεις «ψιλά γράμματα», «εξαιρέ-

σεις», «φοβάμαι μη με τυλίξεις σε μία κόλλα χαρτί», «προϋπάρχουσες ασθένειες που δεν καλύπτονται», «μέχρι ενός ποσού», «ποσοστό μέχρι» είναι εμπόδια που δεν καλλωπίζονται εύκολα στις διαφημίσεις, αφού χιλιάδες φωτογραφίες αυτού που λέμε «ασφαλιστήριο» και ασφαλιστής κυκλοφορούν στην αγορά.

Οι πελάτες βλέπουν αρκετές φορές ασφαλιστές ανήμπορους να υποστηρίξουν τα συμβόλαιά τους και τον εαυτό τους με αποτέλεσμα να μειώνεται ή να χάνεται το κύρος μιας διαφήμισης μαζί με το κύρος της εταιρίας.

Βέβαια όλοι μας ξέρουμε για τα τρυκ των διαφημιστών με τα τετραεντέ χαμόγελα που διαφημίζουν στην T.V., φαγητά ραντισμένα με σπρέυ από σιλίκονη, νερό ή γλυκερίνη για να έχουν γυαλάδα και φρεσκάδα ή κρασιά με χρωματιστή μελάνη, Coca-Coles βουτηγμένες σε άμμο από σιμιγδάλι, μπισκότα με σοκολάτα - πλαστελίνη, ρύζια σπυρωτά που δεν κολλάνε όλα επιδέξια βαλμένα από τον Food-Styliste μέσα σ' ένα κλίμα ονειρικό...

Αλίμονο αν περάσουμε στον κόσμο των εφέ και των όμορφων γελαστών μοντέλων που τόσο απέχουν από την πραγματικότητα όταν ολόκληρες γενιές ανθρώπων, όταν χιλιάδες οικογένειες δεν ζητάνε πρό-

σκαιρες απολαύσεις αλλά στηρίζουν τη ζωή τους, το μέλλον των παιδιών τους, τα γεράματά τους σ' ένα συμβόλαιο που πιστεύουν πως λέει όλη την αλήθεια.

Στις διαφημίσεις ασφαλείων μετράει η αλήθεια, η εμπιστοσύνη, η διαχρονικότητα.

Πολλοί ασπρομάλληδες και γριζομάλληδες ασφαλιστές ήτανε νέοι όταν μπήκαν στο επάγγελμα μαζί με νέους πελάτες που τώρα γέρασαν κι αυτοί και κάποτε συζητούσαν για συντάξεις που αλίμονο σήμερα είναι ψίχουλα ή σχεδόν τίποτε...

Πολλοί στηρίχθηκαν σ' ένα λαμπερό διαφημιστικό κλίμα παροχών που όταν μαζεύτηκαν τα χαρτιά για αποζημίωση βρήκανε «ήξεις-αφήξεις», ναι μεν αλλά και άλλα διάφορα που ένας ασφαλιστής στο υπάρχον κλίμα ανταγωνισμού και τρόπου εργασίας, αδυνατεί να υποστηρίξει ή να αναλύσει...

Σ' αυτό λοιπόν το χορό των δισεκατομμυρίων για διαφημίσεις ίσως «δικαία» κάποιιο ασφαλιστές μουρμουρίζουν πως πολλά λεφτά «πετιούνται» σε διαφημίσεις συμπληρώνοντας το παράπονο πελατών που βλέπουν τις τηλεοράσεις και τα γήπεδα γεμάτα ασφαλιστικές διαφημίσεις, ενώ στις αποζημιώσεις «πάνε να βγάλουν κι από την μύγα ξύγκι» όπως λένε σε βά-

ρος ασφαλισμένων που πέσανε σε παγίδες συμβολαίων, ελλιπούς ενημέρωσης κ.λπ., κ.λπ.

Με αυτές τις παρατηρήσεις και την υπάρχουσα κατάσταση που αρκετές εταιρίες προσπαθούν να βελτιώσουν το περιοδικό ΝΑΙ θα είναι αντίθετο με αυτή τη φιλοσοφία να δίδονται χρήματα υπέρ το δέον σε γήπεδα βίας με αμφίβολη απόδοση και εκδηλώσεις χωρίς κοινωνικό ενδιαφέρον όπου χρήματα πηγαίνουν σχεδόν χαμένα και για τη φήμη της εταιρίας που διαφημίζεται.

*Συγχαίρουμε τις εταιρίες που δείχνουν κοινωνικό ενδιαφέρον. Και σε αυτό τον τομέα έχει πρωτιά η INTERAMERICAN με έντονη κοινωνική προσφορά για τον Έλληνα: προστασία από τσιγάρο, καρκίνο, Μουσείο Ακρόπολης, Πάτμος, Μετέωρα, ραδιοφωνικές εκπομπές προσέξτε την υγεία σας, ζωγραφική κ.ά. Τέτοιες πρωτοβουλίες είχαμε και από την Αγροτική, Εθνική Metrolife κ.ά.*

### Μέριλ Στριπ εναντίον εντομοκτόνων

Τη Μέριλ Στριπ πολλοί ίσως τη θυμούνται ως «Κάρεν Σίλγκουντ» στην ομώνυμη ταινία, η οποία ήταν δραματοποιημένη μεταφορά στον κινηματογράφο ενός περιδραματίου που συγκλόνισε τις αρχές της δεκαετίας του '70 την αμερικανική κοινωνία. Επρόκειτο για ένα πραγματικό γεγονός, όπου η Κάρεν Σίλγκουντ, εργάτρια στη μονάδα επεξεργασίας πυρηνικών καυσίμων Κερ Μακ Γκι, προσεβλήθη από ραδιενέργεια και στρατεύθηκε προκειμένου να υπερασπιστεί το δικαίωμά της για ζωή. Από την όλη προσπάθειά της αποδείχτηκε πως η τεχνολογία υποτάσσεται στις οικονομικές επιταγές και πως οι προδιαγραφές συχνά παραβιάζονται.

Εκτός της οθόνης, η Μέριλ Στριπ κλήθηκε να παίξει έναν άλλο ρόλο, εξίσου ενδιαφέροντα. Ανέλαβε να επηρεάσει τα μέλη του Κογκρέσου για την αλλαγή της νομοθεσίας που αφορά τα «επιτρεπτά» όρια εντομοκτόνων στα τρόφιμα, καθώς και να παράγει ένα βίντεο για την ενημέρωση του κοινού. Η προσπάθειά της εντάσσεται στο πλαίσιο της εκστρατείας του «Συμ-



βουλίου για την Προστασία των Φυσικών Πόρων» (NRDC), για την αντιμετώπιση του σοβαρού αυτού προβλήματος. Η ηθοποιός ελπίζει ότι τα «επιτρεπτά» όρια των εντομοκτόνων στα τρόφιμα θα μειωθούν και πως οι ίδιοι οι αγρότες θα αναθεωρήσουν τη στάση τους, κάνοντας λελογισμένη χρήση εντομοκτόνων.

Παίρνουμε ακόμη αφορμή να συγχαρούμε εταιρίες που «επιστρέφουν» στο κοινωνικό σύνολο μέρος των χρημάτων που εισπράττουν ενθαρρύνοντας εκδηλώσεις που ανεβάζουν το ποιοτικό επίπεδο των Ελλήνων, βοηθώντας προσπάθειες με πολιτιστικές εκδηλώσεις, εκδόσεις, γνωριμία με την παράδοση και τις τέχνες, ενημέρωση σε προβλήματα του κοινού, την προστασία του περιβάλλοντος κ.λπ. και που βγαίνουν τον Έλληνα από την κοινωνική αδράνεια...

Σ' αυτό το πνεύμα προτείνουμε οι εταιρίες να ευαισθητοποιηθούν στο μεγάλο θέμα της προστασίας του περιβάλλοντος εκδίδοντας ημερολόγια ή ενθαρρύνοντας οικολογικές ομάδες ή μπαίνοντας επικεφαλής οικολογικών εξορμήσεων για προστασία της ποιότητας ζωής των Ελλήνων.

Το ΝΑΙ θα αφιερώνει ΔΩΡΕΑΝ τις σελίδες του για τέτοιες εκδηλώσεις εταιριών. ΔΩΡΕΑΝ θα είναι οι σελίδες του ΝΑΙ και για τις διαφημίσεις ασφαλιστικών εταιριών με οικολογικό περιεχόμενο που θα βγαίνουν στον Τύπο.

Το πόσο καλό θα κάνει στις ασφαλείες μια ευαισθητοποίηση προς το περιβάλλον δείχνει και η αναφορά μερικών πλούσιων και διάσημων οικολόγων που επιδιώκουν να προστατεύσουν το περιβάλλον σ' όλα τα μήκη και πλάτη του κόσμου που δείχνει και το πόσο ενδιαφέρεται το κοινό... Πιστεύουμε πως πιο πολύ θα «περνούσε» η φήμη και το καλό όνομα

*Το ΝΑΙ θα αφιερώνει ΔΩΡΕΑΝ τις σελίδες του για τέτοιες εκδηλώσεις εταιριών. ΔΩΡΕΑΝ θα είναι οι σελίδες του ΝΑΙ και για τις διαφημίσεις ασφαλιστικών εταιριών με οικολογικό περιεχόμενο που θα βγαίνουν στον Τύπο.*

μιας ασφαλιστικής εταιρίας στους κατοίκους της Άρτας που έδωσε χρήματα να συντηρηθεί π.χ. το «γεφύρι της Άρτας» από το να υπάρχει μια ταμπέλα στο γήπεδο Άρτας ή να καθαριστεί το λιμάνι των Χανίων ή να προστατευθεί το δάσος ή να γίνει μια έκδοση για την ιστορία των Καλαβρύτων, της Ρόδου κ.λπ., από το να πλειοδοτεί για μια ταμπέλα στο γήπεδο Χανίων, Ρόδου, Λαμίας...

Πριν λίγα χρόνια αντιμετώπιζαν μερικοί τους οικολόγους σαν μια μειονότητα γραφική ιδεολόγων που πετάνε στα σύννεφα... Τώρα που το νέφος «πετάει» αρκετές «ψυχούλες» εξυπνων στα ουράνια, τώρα που το όζον απειλεί, οι θάλασσες γεμίζουν νεκρά ψάρια όλοι λίγο πολύ ανησυχούν...

Ας πάρουν την ευκαιρία οι ασφαλιστικές εταιρίες να πρωταγωνιστήσουν. Το ΝΑΙ εύχεται να το κάνουν γρήγορα!

### Ο Ρόμπερτ Ρέντφορντ και το Μιλάγκρο

«Μιλάγκρο», που στα ισπανικά σημαίνει «θαύμα», ήταν ο τίτλος της δεύτερης σκηνοθετικής δουλειάς του Ρόμπερτ Ρέντφορντ και παίχτηκε στην Ελλάδα το 1988, ύστερα από τη βραβευμένη με Όσκαρ πρώτη ταινία του «Συνηθισμένοι άνθρωποι».

Το «Μιλάγκρο» αναφέρεται στη σύγκρουση ανάμεσα σ' έναν μπιζνεσμαν που σχεδιάζει να μετατρέψει το γραφικό χωριό «Θαύμα» σε χώρο ψυχαγωγίας πλούσιων τουριστών στο όνομα δήθεν της προόδου, κι εκείνους που αγωνίζονται για να διατηρήσουν αλώβητο το φυσικό περιβάλλον και μια κουλτούρα 400 χρόνων.

Ο Ρέντφορντ μεγάλωσε στο Λος Άντζελες, που ήταν μια από τις ωραιότερες πολιτείες του κόσμου με θαυμάσιο φυσικό περιβάλλον, αλλά κατόπιν ο πυρετός του χρήματος και της εκμετάλλευσης το κατέστρεψαν. Σήμερα δεν το θεωρεί πλέον πόλη για να ζουν άνθρωποι. Για το λόγο αυτό προτίμησε μια ορεινή περιοχή της Γιούτα όπου ζούσαν άλλοτε οι Ινδιάνοι Ναβάχος και ζει εκεί συμφιλιωμένος με

το φυσικό περιβάλλον.

Με την προστασία του περιβάλλοντος ασχολείται τα τελευταία είκοσι χρόνια διότι πιστεύει ότι «δεν πρέπει να μένουμε ουδέτεροι απέναντι σε μια τόσο σκληρή πραγματικότητα». Στην πορεία, ωστόσο, επειδή διαπίστωσε ότι με τα συνθήματα δεν λύνονται τα προβλήματα, ίδρυσε το «Ινστιτούτο διαχείρισης φυσικών πόρων», με σκοπό την εκπαίδευση και ευαισθητοποίηση του κοινού σε θέματα περιβάλλοντος.

### Ο διάδοχος του θρόνου αγαπάει το πράσινο

«Αν γίνει επανάσταση, ο διάδοχος του θρόνου θα έχει εξασφαλισμένη καριέρα».

Η φράση είναι του Τζον Γκλιζ, των Μόντι Πάιθονς, συμπρωταγωνιστή του πρίγκιπα Καρόλου στο 25λεπτο διαφημιστικό βίντεο με τίτλο «Το χρώμα του εγκλήματος γίνεται πράσινο» («Crime goes green»). Ο Κάρολος υποδύθηκε με επιτυχία



έναν ενδιαφέροντα ρόλο, με στόχο να απευθύνει στους Βρετανούς το μήνυμα «να είναι προσεκτικοί με το περιβάλλον».

Πριν από λίγους μήνες ετοίμασε ένα ωραίο πρόγραμμα για το BBC στο πλαίσιο της πολυεθνικής τηλεοπτικής σειράς «One world» («Ένας κόσμος») για τις περιβαλλοντικές «πληγές» του πλανήτη μας,

το οποίο δεν θα ήταν τίποτε το εξαιρετικό αν δεν έφερε την υπογραφή του.

Η έκδοση του βιβλίου του για την αρχιτεκτονική πριν από έξι χρόνια πυροδότησε μια έντονη διαμάχη σε εθνικό επίπεδο. Επρόκειτο ουσιαστικά για μια έκκληση «να βγουν οι Εγγλέζοι από την αισθητική τους αδράνεια».

### Η στάση της Ευρώπης\*

Στη Μ. Βρετανία η διαφημιστική εταιρία BSB/Europe κατέταξε την οικολογική ευαισθησία των Βρετανών σε καλύτερη θέση από εκείνη των Γάλλων, αλλά με μεγάλη διαφορά από τους υπόλοιπους Ευρωπαίους. Οι επιχειρήσεις όμως βρίσκονται πολύ πιο πίσω από τους καταναλωτές. Η πρώην πρωθυπουργός Μάργκαρετ Θάτσερ δήλωσε τα τελευταία χρόνια ότι είναι οικολόγος, η κυβέρνησή της όμως δεν είχε δώσει την αντίστοιχη ώθηση στον ιδιωτικό τομέα. «Δεν είμαστε ικανοποιημένοι με τον τρόπο που η ελεύθερη αγορά αντιμετωπίζει το πρόβλημα», λέει ο Ντέιβιντ Τζη, πρόεδρος των «Φίλων της Γης» στη Μ. Βρετανία. «Υπάρχει και ένας ρόλος τον οποίο πρέπει να παίξει η κυβέρνηση».

Λίγο - πολύ όλη η Ευρώπη αντιμετωπίζει τέτοια προβλήματα. Μια έρευνα που έγινε σχετικά με την οικολογική πολιτική και τις στάσεις των εταιριών σε οκτώ κράτη-μέλη της ΕΟΚ απέδειξε ότι υπάρχει μεγάλη διακύμανση στο βαθμό οικολογικής συνείδησης. Για παράδειγμα, 75% των γερμανικών εταιριών και 100% δανέζικων αντίστοιχα, ορίζουν έναν από τους διευθυντές τους υπεύθυνο για την περιβαλλοντολογική πολιτική, ενώ οι βρετανικές επιχειρήσεις βρίσκονται κάτω από το 50%.

Οι Γάλλοι αντιμετωπίζουν το θέμα με αδιαφορία. Μολονότι ένα «πράσινο» κόμμα κερδίζει γρήγορα δύναμη, τα μέλη που έχουν ακόμη πολύ δρόμο να διανύσουν για να μπορέσουν να επηρεάσουν αισθητά τις εταιρίες. Ελάχιστες από τις γαλλικές επιχειρήσεις έχουν επίσημη οικολογική πολιτική.

### Ιαπωνία

Η χώρα του Ανατέλλοντος Ηλίου αρχίζει τώρα να βλέπει τη σημασία της ευαισθησίας απέναντι στα περιβαλλοντολογικά προβλήματα. Το πιο καυτό θέμα το οποίο αντιμετωπίζουν είναι τα οικολογικά προβλήματα που συνεπάγεται η λειτουργία μιας βιομηχανικής υπερδύναμης. Τον Απρίλιο, η Mitsubishi δημιούργησε τμήμα οικολογικών υποθέσεων, το οποίο επιθεωρεί τα κατά τόπους κέντρα της, ενώ τον Οκτώβριο η Nissan άρχισε να συγκεντρών-

\* Τα στοιχεία που χρησιμοποιήθηκαν τα πήραμε από το «ΕΝΑ», τον «Ταχυδρόμο» και το «Newsweek».

και να ανακυκλώνει στα παραρτήματά της τις ουσίες (CFC), οι οποίες βρίσκονται στα ψυγεία των αυτοκινήτων και είναι καταστροφικές για το όζον. Για την Ιαπωνία, η οποία επί πολλά χρόνια δεν ασχολιόταν καθόλου με την προστασία του περιβάλλοντος, αυτό σημαίνει επανάσταση.

Τη σημαντικότερη ένδειξη πως κάτι άλλαξε στην Ιαπωνία δίνει το υπουργείο Διεθνούς Εμπορίου και Βιομηχανίας: εγκαινίασε το πρόγραμμα «Νέα Γη 21», το οποίο προωθεί καινούργιες τεχνολογίες, που έχουν ως στόχο να μειωθεί η εξάρτηση από τα ορυκτά καύσιμα.

### Γερμανία

Από όλες τις βιομηχανικές χώρες, μόνο η Γερμανία έχει ισχυρή περιβαλλοντολογική συνείδηση: οι καταναλωτές της έχουν πλέον πάρει την κατάσταση στα χέρια τους. Πολλοί αγοραστής σκίζουν τα περιττά περιτυλίγματα πριν ακόμη φτάσουν στο ταμείο και αναζητούν μια μύρα που να κατασκευάστηκε με τρόπο φιλικό προς το περιβάλλον. Μια παλιά βαυαρική ζυθοποιία, η Lammsbräu, λανσάρισε το 1984 την «Οικομπύρα»: τα συστατικά της έχουν αναπτυχθεί χωρίς να χρησιμοποιηθούν μυκητοκτόνα, παρασιτοκτόνα ή χημικά λιπάσματα. Η εταιρία αναλαμβάνει ακόμη να συγκεντρώνει τις άδειες φιάλες και να τις ξαναγεμίζει: επί πλέον δεν χρησιμοποιεί φύλλα αλουμινίου στις ετικέτες της. Η μύρα αυτή αντιπροσωπεύει το 25% της παραγωγής της γερμανικής ζυθοποιίας —ενώ ο πρόεδρος της δήλωσε ότι αν έβρισκε τις κατάλληλες εκτάσεις, οι οποίες θα τηρούσαν τα οικολογικά στάνταρ της εταιρίας, θα αύξανε την παραγωγή!

Η Γερμανία όμως έχει λύσει και το πρόβλημα της σύγχυσης των καταναλωτών. Από το 1977 έχει καθιερωθεί το σήμα «Μπλε Άγγελος», το μόνο διεθνώς αναγνωρισμένο, το οποίο για να το τοποθετήσει μια εταιρία στα προϊόντα της είναι υποχρεωμένη να τα συνοδεύει με λεπτομερή εξήγηση και να σέβεται αυστηρά ορισμένα κριτήρια. Πολλές φορές ο έλεγχος ο οποίος θα δώσει στην εταιρία την άδεια για το σχετικό σήμα κρατάει χρόνια. Αμερικανοί και Βρετανοί περιβαλλοντολόγοι θεωρούν τον «Μπλε Άγγελο» ένα πιθανό μοντέλο, με το οποίο θα αντιμετωπιστεί το χάος των πράσινων ετικετών που κυριαρχεί στις άλλες χώρες.

Τον περασμένο Νοέμβριο η εταιρία Mac Donald αντικατέστησε στις ΗΠΑ τα πλαστικά πακέτα των χάμπουργκερ με χάρτινα. Και αυτό δεν έγινε μετά από δική της επιλογή, αλλά μετά από πίεση οικολογικών ομάδων. Σιγά σιγά, η κοινή γνώμη παίζει αποφασιστικό ρόλο και οι επιχειρήσεις αναγκάζονται πια να «καθαρίζουν» τη δουλειά τους. ■

# ΖΗΣΤΕ ΚΑΙ ΧΑΡΗΤΕ ΤΟ 1992

## Έχουν χρόνο οι ασφαλιστές;

**Θ**έλουμε να ευχηθούμε καλό χρόνο στους αγαπημένους μας ασφαλιστές! Θέλουμε να ευχηθούμε καλό 1992! Θέλουμε να τους πούμε πως στις 366 μέρες του χρόνου πρέπει να έχουν χρόνο να ζουν, να χαίρονται, να είναι ευτυχισμένοι. Γνωρίζουμε πως η εικόνα που πέρασε είναι πως ο ασφαλιστής δεν έχει χρόνο. Ο ασφαλιστής τρέχει αγχωμένος χωρίς να τελειώνει κι όλο ν' αρχίζει... Είναι άρρωστη αυτή η άποψη ή κατάσταση. Γι' αυτό ευχόμαστε να νικήσετε αυτή την αρρώστια του άγχους και να χαρείτε... Αντί προγραμματισμών για το 1992 σας λέμε πως μισούμε όσους σπαταλούν τον χρόνο του ασφαλιστή επειδή σπαταλούν την ζωή του και παραθέτουμε μερικά από αυτά που μερικοί κάνουν, άλλοι θα ήθελαν να κάνουν και μεις λέμε «κάντε τα», αξίζουν τον κόπο.

Δεν αξίζει τίποτα παραπάνω απ' τη ζωή μας! Ευχαριστούμε τους φίλους ασφαλιστές που απάντησαν στο ερώτημα «ποια δέκα πράγματα θα έκανες, αν είχες ελεύθερο χρόνο (εκτός δουλειάς);» και λέμε διαβάστε και ξαναδιαβάστε τι κοινό υπάρχει σ' όλες τις απαντήσεις! Ναι «όποιος σπαταλά τον χρόνο του σπαταλά τη ζωή του». **Ζήστε και χαρείτε το 1992!**

**Μ**ερικοί προτιμούν να έχουν χρόνο για να χαίρονται τη ζωή τους:

1. Κοντά στα παιδιά τους.
2. Μαζί με τη σύντροφό τους.
3. Παίζοντας τένις
4. Περπατώντας στο δάσος.
5. Διαβάζοντας βιβλία.
6. Ακούγοντας μουσική.
7. Πηγαίνοντας σινεμά και θέατρο.

8. Κάνοντας παρέα με φίλους.
9. Μαθαίνοντας πιάνο.
10. Τρέχοντας στο γήπεδο.
11. Τραγουδώντας στη βροχή.
12. Γράφοντας ένα άρθρο
13. Πηγαίνοντας στον εσπερινό του Σαββάτου.
14. Ταξιδεύοντας τα Σαββατοκύριακα.

15. Μαζεύοντας αγριολούλουδα το δειλινό.
16. Κολυμπώντας στη θάλασσα ή σε πισίνα.
17. Κάνοντας ποδήλατο.
18. Φτιάχνοντας ένα γλυκό για αγαπημένα πρόσωπα.
19. Κάνοντας επίσκεψη σ' ένα άρρωστο φίλο.



20. Κάνοντας αυτοκριτική σ' ένα ήσυχο παγκάκι.
21. Κάνοντας έρωτα.
22. Πηγαίνοντας σε σχολή χορού.
23. Βλέποντας εκθέσεις ζωγραφικής.
24. Ζωγραφίζοντας.
25. Μαζί με φίλους σε εκδρομή.
26. Πηγαίνοντας επίσκεψη και ένα

27. Διαβάζοντας γεωγραφία με το ζευγάρι ζεστές παντόφλες στη μαμά.
28. Διαβάζοντας το «Τετράδιο Αλητών» που έφτιαξε η κόρη τους για τους συμμαθητές που την πειράζουν.
29. Πηγαίνοντας για σκι ή ποδόσφαιρο με φόρμες μπλε.
30. Πηγαίνοντας βόλτες στα τυφλά

31. Τρώγοντας πρωινό με άνεση.
32. Ακούγοντας παλιά ρεμπέτικα.
33. Δεν κάνουν τίποτα!

**ΜΠΟΡΕΙΣ ΝΑ ΑΝΑΦΕΡΕΙΣ 10 ΠΡΑΓΜΑΤΑ ΠΟΥ ΘΑ ΕΚΑΝΕΣ ΑΝ ΕΙΧΕΣ ΕΛΕΥΘΕΡΟ ΧΡΟΝΟ (ΕΚΤΟΣ ΔΟΥΛΕΙΑΣ);**

**ΠΑΝΤΕΛΗΣ ΦΕΛΟΥΡΗΣ**  
**Interamerican**

1. Θα ζωγράφιζα (ζωγραφίζω).
2. Θα άκουγα μουσική (ακούω μουσική καθώς ζωγραφίζω).
3. Θα συζητούσα περισσότερο με τα παιδιά μου.
4. Θα αφιέρωνα περισσότερο χρόνο στη γυναίκα μου.
5. Θα περιποιόμουν τον κήπο μου.
6. Θα έκανα πολλή γυμναστική.
7. Θα μου άρεσε να ψαρεύω.
8. Θα μου άρεσε να παρακολουθώ θέατρο.
9. Θα μου άρεσε να συζητώ με ειδικούς ανθρώπους, για ειδικά θέματα φιλοσοφία, ψυχολογία, γεωγραφία, ιατρική, θρησκεία κ.α.
10. Θα ταξίδευα όπου μπορούσα (από πολύ κοντά, μέχρι πολύ μακριά).

**Ε. ΑΓΓΕΛΟΠΟΥΛΟΥ**  
**Generali Life**

1. Θα ταξίδευα.
2. Θα διάβαζα.
3. Θα γυμναζόμουν.
4. Θα έκανα περιπάτους.

**ΝΙΚΟΛΟΠΟΥΛΟΥ ΔΗΜΗΤΡΑ**  
**Εθνική**

1. Κοινωνικές υποχρεώσεις.
2. Διοργάνωση φιλικών συγκεντρώσεων στο σπίτι.
3. Διάβασμα.
4. Σπescιαλιτέ μαγειρικής.
5. Επισκέψεις σε εκθέσεις.
6. Βόλτα στις βιτρίνες.
7. Θέατρο - τηλεόραση.
8. Ταξίδια.
9. Κηπουρική.
10. Αθλητικές συναντήσεις (μπάσκετ-ποδόσφαιρο).

**ΓΙΑΝΝΗΣ ΙΩΑΝΝΟΥ**  
**Helvetia**

1. Μαθήματα αγγλικών.
2. Αποσχόληση στον κήπο.
3. Βραδιές στα θέατρα με την οικογένεια.
4. Εκδρομές με την οικογένεια.
5. Γυμναστική.
6. Επαφές με φίλους χωρίς επαγγελματικές προεκτάσεις.
7. Διάβασμα μη επαγγελματικών βιβλίων.

8. Αρχαιοθέτηση δίσκων μουσικής.
9. Άλμπουμ με φωτογραφίες παιδιών.
10. Ανακαίνιση σπιτιού.

**Φ. ΜΟΝΤΣΕΝΙΓΟΣ**  
**Metrolife**

Εάν δεχθούμε ότι ο χρόνος είναι χρήμα, ο χαμένος χρόνος είναι χαμένο χρήμα. Πιστεύω λοιπόν ότι ο ελεύθερος χρόνος πρέπει να εξαργυρώνεται με κάτι που αξίζει. Προσωπικά θα ήθελα στον ελεύθερο

*Κάλαντα*  
*Πρωτοχρονιάς*

*Αρχιμηνιά κι αρχιχρονιά*  
*ψιλή μου δενδρολιβανιά*  
*κι αρχή καλός μας χρόνος*  
*εκκλησιά με τ' άγιο θρόνος*

*Αρχή που βγήκε ο Χριστός*  
*άγιος και πνευματικός*  
*στη γη να περπατήσει*  
*και να μας καλοκαρδηήσει*

*Άγιος Βασίλης έρχεται*  
*και δεν μας καταδέχεται*  
*από την Καισαρεία*  
*συ σ' αρχόντισσα κυρία.*

*Βαστά εικόνα και χαρτί*  
*ζαχαροπλάστη ζυμωτή*  
*χαρτί και καλαμάρι*  
*δες και με το παλληκάρι.*

*Το καλαμάρι έγγραφε*  
*την μοίρα του την έλεγε*  
*και το χαρτί ομίλει*  
*Άγιε μου καλέ Βασίλη*

χρόνο μου να κάνω περισσότερα πράγματα που μου αρέσουν. Η επιμόρφωση σε χρηματοοικονομικά ζητήματα και η μελέτη της ανθρώπινης συμπεριφοράς είναι εφόδια που θα με δυναμώσουν για τα χρόνια των υψηλών απαιτήσεων και ποιότητας που έρχονται για το επάγγελμά μας. Το μπάσκετ, η μουσική, ο κινηματογράφος και η φωτογραφία είναι τα πράγματα που

ανανεώνουν τις δυνάμεις μου. Τέλος για μας που ζούμε στις μεγάλες πόλεις η αναζήτηση της φύσης (όποτε αυτό είναι δυνατό) είναι αυτό που μου προσφέρει την ψυχική ηρεμία. Η ανεύρεση όμως ελεύθερου χρόνου είναι αποτέλεσμα σωστού προγραμματισμού ενός τομέα που πρέπει όλοι να βελτιώνουμε συνεχώς.

**ΚΟΥΝΤΟΣ ΣΩΤΗΡΗΣ**  
**Interamerican**

1. Να παραμείνω σπίτι με την οικογένειά μου.
2. Να επικοινωνήσω με φίλους.
3. Να κάνω γυμναστική.
4. Να ακούσω μουσική.
5. Να δω τηλεόραση.
6. Να διαβάσω.
7. Να κάνω ταξίδια στο εξωτερικό, γενικά εκδρομές.
8. Να ασχοληθώ με το αγαπημένο μου σπορ (κυνήγι).

**ΑΝΑΣΤ. ΠΥΧΑΡΙΔΗΣ**  
**AGF Kosmos**

Αυτό είναι μια καλή ερώτηση για κάποιον που «δυστυχώς» δεν έχει την «πολυτέλεια» αυτή!

Χωρίς δεύτερη σκέψη θα μετακόμιζα από την Αθήνα.

Ίσως πήγαινα στην Ήπειρο. Μ' αρέσει φοβερά η Κόνιτσα! Ίσως στην Μακεδονία!

Σ' ένα σπίτι με πελώρια αυλή και κήπο θα αφιέρωνα τον χρόνο μου στους δύο (2) γιούς μου και στην γυναίκα μου — κάτι που σήμερα, δεν μπορώ να το κάνω όπως θέλω!

Θα ζούσα κοντά στη φύση και θα μάθαινα στα παιδιά να αγαπούν και να εββονταί στο περιβάλλον.

Ζητάω πολλά;

**ΕΥΘ. ΑΜΠΑΤΖΟΓΛΟΥ**  
**Metrolife**

1. Θα περπατούσα σε διάφορα μέρη της Αθήνας σε ώρες ησυχίας και θα ρέμβαζα.
2. Θα διάβαζα διάφορα βιβλία ποικίλης ύλης.
3. Θα επισκεπτόμουν φίλους, γνωστούς από το παρελθόν με τη σειρά που εγώ θα ήθελα.
4. Θα γυμναζόμουν - μπάσκετ, βόλει, κολύμπι.
5. Θα ασχολιόμουν με το κυνήγι-ψάρεμα.

6. Θα πετούσα με αεροπλάνο ή ελικόπτερο να νιώσω αυτό το ξεχωριστό συναίσθημα.

7. Θα διασκέδαζα σε ντίσκο ή λαϊκά κέντρα τακτικά.

8. Θα έκανα ταξίδια εντός και εκτός Ελλάδος.

9. Θα πήγαινα για ψώνια, κυρίως, ηλεκτρονικής αγοράς.

10. Θα ηρεμούσα, χωρίς να έχω άγχος για το αύριο προσπαθώντας να ευχριστήθω το σήμερα.

**ΘΕΟΔ. ΠΑΠΑΘΕΟΥ**  
**Metrolife**

1. Ιστιοπλοία.
2. Ιππασία.
3. Δημόσιες σχέσεις.
4. Enduro.
5. Διάβασμα.
6. Μαγειρική.
7. Περπάτημα.
8. Θέατρο.
9. Σινεμά.
10. Χαλάρωση.

**Β. ΧΡΥΣΙΚΟΥ**  
**Schweiz Life**

1. Να πάω στο σύλλογο των αεροπλόων, να ασχοληθώ με το σπορ και να γνωρίσω τους ανθρώπους που τους ερεθίζει ο κίνδυνος και η αναμέτρηση με τους φυσικούς νόμους. Αυτούς που αναζητούν την έξαψη, την επαφή με τα ύψη και μπορούν να δουν τον κόσμο και από άλλη οπτική γωνία.

2. Να αφιερώσω χρόνο στην οργάνωσή του συλλόγου γονέων και να τους φέρω σε επαφή με τον Πανελλήνιο Σύλλογο Γονέων, ώστε όλοι μαζί να θέσουν κοινούς στόχους για την αντιμετώπιση των προβλημάτων που τους θέτει η σύγχρονη κοινωνία.

3. Να κάνω συχνότερα μοναχικούς περιπάτους, μακριά από το πλήθος. Σε τέτοιες στιγμές στο παρελθόν, έχω συναντήσει τους πιο ενδιαφέροντες ανθρώπους. Όπως τον καθηγητή του πανεπιστημίου με τον οποίο είχα μια πολύ ενδιαφέρουσα και διαφωτιστική συζήτηση... ένα εισαγγελέα με τον οποίο ακόμα έχουμε εγκάρδια φιλία... ένα ανώτατο δικαστικό που με βοήθησε να δω και την άλλη πλευρά των ανθρώπων που δεν γνωρίζω, πράγμα που αποδείχθηκε εξαιρετικά σημαντικό στην ζωή μου.

4. Να οργανώσω περισσότερες φιλικές

συγκεντρώσεις στο σπίτι μου, μπροστά στο τζάκι και πάνω από ένα αχνιστό φλιτζάνι καφέ... μετά από ένα χορταστικό δείπνο. Σε τέτοιες στιγμές γίνονται οι μεστότερες συζητήσεις, και η ατμόσφαιρα ησυχίας και ανάπαυλας είναι το καλύτερο συστατικό για την καλή διεκπεραίωση έντονης εργασίας την επόμενη ημέρα.

5. Να πάω περισσότερα ταξίδια και να παρακολουθήσω τα συνέδρια που θέλω πάντα να παρακολουθήσω και να έρθω σε επαφή με τους ανθρώπους που διαμορφώνουν την κοινή γνώμη και τις τάσεις της κοινωνίας.

6. Να αναλάβω ενεργό δράση σε σκοπούς κοινωφελείς.

7. Να οργανώσω δικό μου σύλλογο με σκοπό την ενημέρωση του κοινού επάνω σε θέματα κοινού ενδιαφέροντος.

8. Να καλλιεργήσω τον κύκλο των γνωριμιών μου και να τον διευρύνω περιλαμβάνοντας ανθρώπους που έχουν πετύχει το καλύτερο στον δικό τους τομέα.

9. Να μπορέσω να ανταποκριθώ στις απαιτήσεις που έχει κάποιο διακεκριμένο CLUB και να συμμετέχω στις δραστηριότητες του.

10. Να μπω σε μικρούς αλλά κλειστούς και πολύ σημαντικούς κύκλους ανθρώπων και να προσφέρω την εθελοντική εργασία μου στην προώθηση σκοπών κοινής ωφελείας.

**ΔΙΑΜΑΡΤΥΡΙΑ**  
**Του Συνδέσμου Συντονιστών Ασφαλιστών Ελλάδος**  
**στο MEGA CHANNEL**

Με αφορμή την εκπομπή «Απαράδεκτοι» που προβλήθηκε από το κανάλι σας την Τετάρτη 30-10-91 και ώρα 9 μ.μ. θέλουμε να σας παρακαλέσουμε να μας δοθεί η δυνατότητα μέσα από κάποια ενημερωτική εκπομπή σας, να δώσουμε στο ευρύ κοινό την πραγματική εικόνα του επαγγέλματός μας και όχι αυτή που άφησε η ανωτέρω εκπομπή σας.

Κατανοούμε βεβαίως εμείς ότι η εκπομπή σας αναφέρεται στους «απαράδεκτους» κάθε επαγγέλματος και κοινωνικής τάξης και που πιθανότατα υπάρχουν ακόμη και στις δικές σας τάξεις.

Θέλουμε να σας γνωρίσουμε ότι το ασφαλιστικό επάγγελμα, είναι το μόνο ίσως μέσα στη χειμαζόμενη ελληνική οικονομία, που αναπτύσσεται με ρυθμό 35-40% ετησίως και που το 1990 είχε έσοδα 165 δισ. δρχ.

Είμαστε ο μόνος κλάδος που ξένοι πραγματοποιούν επενδύσεις για την ανάπτυξη των εργασιών του στην ελληνική αγορά (βλέπε ALLIANZ πρόσφατα, AEGON-UAP-AGF-HELVETIA κ.λπ.). Η πραγματική μας εικόνα είναι πολύ διαφορετική απ' αυτή που δώσατε, έστω και αν αναφερόσαστε στους «απαράδεκτους» δικούς μας και θα πρέπει να γνωρίζετε ότι είμαστε μια καλή λύση στο πρόβλημα της ανεργίας που μαστίζει ειδικότερα τη νεολαία μας. Όμως ποιος νέος θα ρθει να ασχοληθεί όταν μαθαίνει ότι το επάγγελμα που υπάρχει

γι' αυτόν είναι όπως παρουσιάστηκε στους «απαράδεκτους».

Νομίζετε ότι πολλοί κατάλαβαν ότι αναφερόσαστε στις εξαιρέσεις του κάθε επαγγέλματος και όχι στον μέσο όρο;

Γι' αυτούς τους λόγους σας παρακαλούμε να δώσετε βήμα σε όσους φορείς του κλάδου μας θέλουν και να κάνετε μια πολύ ωραία εκπομπή με θέμα το επάγγελμα του ασφαλιστού ειδικότερα και τις ασφάλειες κυρίως ζωής και αμοιβαία κεφάλαια γενικότερα.

Πιστεύουμε ότι θα βοηθήσει στην καλύτερη ενημέρωση του κοινού γύρω από τα ασφαλιστικά και θα λύσει δίκαια ένα πρόβλημα που άθελά σας δημιουργήσατε με την εκπομπή σας οι «απαράδεκτοι».

Ακόμη και χορηγούς μέσα από τις ασφαλιστικές εταιρίες μπορείτε να βρείτε και είμαστε πρόθυμοι να σας βοηθήσουμε γι' αυτό, αλλά και διαφημίσεις πριν και μετά την εκπομπή, αν και εφ' όσον προετοιμασθεί κατάλληλα.

Βέβαιοι για τη δίκαιη ανταπόκρισή σας στο αίτημα της γενικής μας συνέλευσης της 31-10-91.

*Μετά τιμής*  
*Για το Δ.Σ.*  
**Κ. ΑΛΒΑΝΟΣ**  
*Πρόεδρος*

*Υ.Γ. Σας αναφέρουμε τα ονόματα και τους προέδρους των φορέων της ιδιωτικής ασφάλισης.*

# ΑΝ ΝΟ ΜΙΖΕΤΕ ΟΤΙ ΠΟΥΛΑ ΜΕ ΜΟΝΟ ΑΣΦΑ ΛΕΙΕΣ ΚΑΝΕΤΕ ΛΑΘΟΣ!

Η ΑΣΠΙΣ ΠΡΟΝΟΙΑ δεν είναι απλώς μια μεγάλη ασφαλιστική εταιρία. Είναι ένας δυναμικός χρηματοοικονομικός όμιλος εταιριών.

Σήμερα, πέρα από τις κάθε είδους ασφάλειες, προσφέρουμε δύο αμοιβαία κεφάλαια και μία πιστωτική κάρτα.

Αύριο, στον όμιλό μας θα προστεθούν μια χρηματιστηριακή εταιρία και μία τράπεζα.

Όμως, το μεγαλύτερό μας κεφάλαιο είναι οι άνθρωποί μας. Σ' αυτούς επενδύουμε διαρκώς, δίνοντάς τους όλα τα εφόδια που χρειάζονται, ώστε να μεγιστοποιούν συνέχεια τις δυνατότητές τους.

Αν, λοιπόν, δεν θέλετε να είστε μόνο... ασφαλιστές, αλλά ολοκληρωμένοι χρηματοοικονομικοί σύμβουλοι, επικοινωνήστε μαζί μας. Ελάτε να συζητήσουμε από κοντά το μέλλον σας και τις δυνατότητες για μια γρήγορη εξέλιξη σ' ένα επάγγελμα με απεριόριστες προοπτικές.

Εμείς, σας δίνουμε τα φτερά.  
Εσείς, απλώς ανοίξτε τα και πετάξτε!



**ΑΣΠΙΣ ΠΡΟΝΟΙΑ**

*για καλό και για κακό*

ΟΜΙΛΟΣ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΑΣΠΙΣ ΠΡΟΝΟΙΑ: ΑΣΦΑΛΕΙΕΣ - ΑΜΟΙΒΑΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ  
ΕΔΡΑ: ΟΘΩΝΟΣ 4, 105 57 ΑΘΗΝΑ, ΤΗΛ.: 3224023-7, FAX: 3221409

# ΑΝΘΡΩΠΟΣ ΚΑΙ ΕΡΓΟ! Νέα εποχή, νέο ξεκίνημα με νέους στόχους και νέα πρόσωπα στο Φοίνικα!

*Τα νέα παιδιά και οι απόψεις τους μαζί με την δύναμη και εμπειρία των μεγάλων του Φοίνικα έδωσαν τα χαρακτηριστικά της νέας εποχής. Η στιγμή που ο Μιχάλης Πριναράκης μαζί με τον Μ. Αλεξανδράκη χόρευε με τα νέα παιδιά κρητικούς χορούς, έδειχνε την νέα εποχή, την ένωση σε κοινούς σκοπούς επιτυχίας, και έδειχνε τις καλές προϋποθέσεις εξελίξεων όλων, όπως είπε στην έναρξη του συνεδρίου ο κ. Αλεξανδράκης Εμ.*

**Τ**ο συνέδριο τίμησαν με την παρουσία τους ο διοικητής της Εμπορικής Τράπεζας και Πρόεδρος του Δ.Σ. του Φοίνικα κ. Σήφης Γλυνιαδάκης, η πρόεδρος των ασφαλιών ζωής της ΙΟΝΙΚΗΣ κ. Ειρήνη Δορκοφίκη, ο Γενικός Διευθυντής του Φοίνικα κ. Εμ. Αλεξανδράκης, ο αναπληρωτής Γεν. Διευθυντής του ΦΟΙΝΙΚΑ κ. Μιχ. Πριναράκης και εκπρόσωποι των τοπικών αρχών της περιοχής.

Ο κ. Πριναράκης καλωσόρισε τους συνέδρους λέγοντας:

«Η ασφαλιστική εταιρία «ΦΟΙΝΙΞ» μια από τις μεγαλύτερες εταιρίες του ασφαλιστικού χώρου στον τόπο μας, ξεκινά σήμερα μια νέα εποχή των ασφαλιστικών της δραστηριοτήτων από δω από το Ρέθυμνο.

Η εταιρία αυτή, όπως καλά γνωρίζετε, έχει δεσμούς ακατάλυτους με την Κρήτη γιατί Κρητικός υπήρξε ο δημιουργός της, ο Γιώργος Βογιατζάκης, Κρητικός είναι ο σημερινός της πρόεδρος ο κ. Σήφης Γλυνιαδάκης, καθώς και ο γενικός διευθυντής κ. Μανώλης Αλεξανδράκης.

Έχει επομένως κάθε λόγο να ξεκινήσει από τούτο τον τόπο την καινούργια δημιουργική της πορεία στην ασφαλιστική αγορά του '92, επαναφέροντας μάλιστα



ένα θεσμό όπως είναι το ετήσιο πανελλήνιο συνέδριο των διακεκριμένων συνεργατών της, που για αρκετά χρόνια είχε ατονήσει.

Και το πρώτο συνέδριο της εταιρίας εδώ στο Ρέθυμνο είχε γίνει με πρόεδρο τότε τον μεγάλο δημιουργό της Γεώργιο Βογιατζάκη.

Η ασφαλιστική εταιρία ΦΟΙΝΙΞ που ιδρύθηκε το 1928 και ασχολείται από το 1988 μόνο με τις ασφαλίσσεις περιουσίας και ευθύνης, είναι μέλος του ομίλου επιχειρήσεων της Εμπορικής Τραπέζης και έχει θυγατρική την ΙΟΝΙΚΗ ΖΩΗΣ, που ιδρύθηκε το 1939 και ασχολείται από το 1988

μόνο με τις ασφαλίσσεις επί ζωής προσώπων. Οι δύο εταιρίες μαζί, καλύπτουν όλο το φάσμα των ασφαλιστικών δραστηριοτήτων και των ασφαλιστικών εξυπηρετήσεων που ο όμιλος της Εμπορικής Τραπέζης παρέχει στην ελληνική ασφαλιστική αγορά.

Κατά το τρέχον έτος, έγινε και στις δύο εταιρίες και στο Φοίνικα, δηλαδή και στην ΙΟΝΙΚΗ ΖΩΗΣ, μια τεράστια προσπάθεια αναμορφώσεως και εκσυγχρονισμού και των ασφαλιστικών προϊόντων και των δικτύων διανομής των προϊόντων αυτών.

#### ΤΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΜΕΓΕΘΗ ΦΟΙΝΙΚΟΣ ΑΠΟ ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟ ΧΡΗΣΕΩΣ 1990

Κεφάλαια & αποθεματικά	10.000.000.000
Χαρτ/λάκιο χρεογράφων	21.000.000.000
Ακίνητα	4.000.000.000
Καθαρά ασφάλιστρα	8.000.000.000
Ζημιές	4.200.000.000

#### ΤΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΜΕΓΕΘΗ ΙΟΝΙΚΗΣ ΑΠΟ ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟ ΧΡΗΣΕΩΣ 1990

Κεφάλαια και αποθεματικά	1.100.000.000
Χαρτ/λάκιο χρεογράφων	10.000.000.000
Ακίνητα	416.000.000
Καθαρά ασφάλιστρα	1.014.000.000
Ζημιές	153.000.000

Από τις δύο εταιρίες η μεν μητρική



«ΦΟΙΝΙΞ» αναπτύσσεται στην αγορά με το παλιό πρακτορειακό της δίκτυο, με το οποίο οι σχέσεις της εταιρίας από το 1988 είχαν χαλαρώσει για διάφορους, γνωστούς οπωσδήποτε λόγους, που δεν χρειάζεται να αναφέρουμε. Πολλοί από τους λόγους αυτούς εξέλειπαν ήδη, θα εκλείψουν σιγά-σιγά και οι υπόλοιποι. Ένας από τους σκοπούς εξάλλου του 8ου Πανελληνίου Συνεδρίου, είναι και η πλήρης αποκατάσταση και αναθέρμανση των σχέσεων συνεργασίας της εταιρίας με το παλιό πρακτορειακό δίκτυο.

Πέρα όμως από το πρακτορειακό δίκτυο η εταιρία ΦΟΙΝΙΞ αναπτύσσεται στην αγορά και με ένα δίκτυο νέων συνεργατών ειδικής παραγωγής, το οποίο είναι στελεχωμένο με αυστηρά επιλεγμένους συνεργάτες, οι οποίοι έχουν υποστεί μια άρτια εκπαίδευση και φαίνεται ότι σε σύντομο χρόνο έχουν αποκτήσει ένα υψηλό βαθμό επαγγελματικής κατάρτισης.

Και οι δύο εταιρίες βασίζουν πολλές ελπίδες και στο δίκτυο των παλαιών συνεργατών, πρακτόρων και ασφαλειομεσιτών και στο δίκτυο των νέων συνεργατών της ειδικής παραγωγής, γιατί όλοι προωθούν στην αγορά και ασφαλιστικά προϊόντα γενικών ασφαλίσεων και ασφαλιστικά προϊόντα ζωής.

Η θυγατρική εταιρία ΙΟΝΙΚΗ ΖΩΗΣ εξ άλλου, της οποίας το αναπτυξιακό πρόγραμμα αρχίζει ουσιαστικά από το 1992 προβλέπει επίσης την ανάπτυξη σε δύο δίκτυα.

Το ένα δίκτυο κατά τα πρότυπα του Agency System προβλέπει στο προσεχές εξάμηνο το άνοιγμα 10 υποκαταστημάτων τα οποία σύμφωνα με ένα πενταετές πρόγραμμα προβλέπεται ότι θα γίνουν 30 σε ολόκληρη τη χώρα.

Το άλλο δίκτυο είναι σε πρακτορειακή βάση με μια ανώνυμη εταιρία ασφαλιστικών πρακτορεύσεων που προγραμματίζει στην επόμενη διετία να εργάζεται με 100

περίπου γραφεία σε όλη την Ελλάδα.

Τόσο τα δίκτυα του ΦΟΙΝΙΚΑ όσο και τα δίκτυα της ΙΟΝΙΚΗΣ ΖΩΗΣ, θα διαθέτουν όχι μόνον τα ασφαλιστικά προϊόντα των δύο εταιριών αλλά και άλλα χρηματοοικονομικά προϊόντα άλλων επιχειρήσεων του ομίλου της Εμπορικής Τραπέζης, όπως είναι μερίδια αμοιβαίων κεφαλαίων της εταιρίας του ομίλου ΕΡΜΗΣ, πιστωτικές κάρτες κ.α.

#### Σκοποί του συνεδρίου

Πρωταρχικός σκοπός ενός συνεδρίου διακριθέντων συνεργατών, είναι η ηθική αναγνώριση της προσφοράς και της συμβολής των συνεργατών αυτών, στην αναπτυξιακή προσπάθεια της εταιρίας, είναι η

ηθική επιβράβευση των κόπων των συνεργατών για μια συγκεκριμένη χρονική περίοδο.

Πέρα όμως από αυτές τις ηθικές ανταμοιβές που επιφυλάσσει το συνέδριο στους διακριθέντες συνεργάτες, συνηθίζεται με την ευκαιρία αυτή να προβάλλονται μέσα από τα συνέδρια και να προωθούνται νέα ασφαλιστικά προϊόντα, νέα μεθοδολογία στην προώθηση και διανομή των προϊόντων αυτών στην αγορά, ή ακόμα να τίθενται νέοι προβληματισμοί από τις εισηγήσεις των συνεργατών και να αναζητούνται λύσεις μέσα από τις συνεδριακές ή άλλες υπηρεσιακές διαδικασίες.

Προς το τέλος της εισήγησης του ο κ. Μιχ. Πριναράκης αναφέρθηκε στο δημιουργό της εταιρίας και μεγάλο αδικημένο όπως είπε Γιώργο Βογιατζάκη και ζήτησε να κινηθούν διαδικασίες ηθικής αποκατάστασής του τονίζοντας πως: «Όταν αποφασίσαμε αυτό το συνέδριο υπέδειξα σαν τόπο το Ρέθυμνο γιατί πίστευα ότι ο Γιώργος Βογιατζάκης που επι μια ολόκληρη δεκαετία σερνόταν στα ποινικά δικαστήρια και έχει απαλλαγεί τελεσίδικα από όλους τους βαθμούς της ποινικής δικαιοσύνης, δεν μπορούσε παρά να είχε πλήρως αποκατασταθεί και θα τον καλούσαμε κι αυτόν μαζί μας, εδώ στον τόπο του και στα 87 του χρόνια, να παραστεί στην έναρξη των εργασιών του 8ου Πανελληνίου Συνεδρίου του Φοίνικα».

#### Η πρώτη επίσημη συγκίνηση - τιμή!

Μεγάλη συγκίνηση και τιμή μας προξένησε η ιδέα των ανθρώπων της ασφαλιστικής εταιρίας ΦΟΙΝΙΞ - ΓΕΝΙΚΑΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑΙ να τιμήσουν το περιοδικό μας ΝΑΙ επιδίδοντας αναμνηστική πλακέτα στον εκδότη κ. Ευαγ. Σπύρου στη μεγάλη στιγμή της βραδιάς των βραβεύσεων των συνεργατών του στο Συνέδριο που έγινε στο Ρέθυμνο Κρήτης.

Οι ευχές από καρδιάς του κ. Μιχάλη Πριναράκη Αν. - Γεν. Διευθυντή για επιτυχίες του Περιοδικού ΝΑΙ, μας υπενθύμισαν τους κοινούς σκοπούς που έχουν όλοι όσοι ίσως και από διαφορετική θέση, προσπαθούν στην ασφαλιστική οικογένεια να δημιουργήσουν ό,τι καλύτερο για τον Έλληνα Ασφαλιστή.

Ευχαριστούμε ευχόμενοι επιτυχία στις νέες προσπάθειες του Φοίνικα και των αξιόλογων ανθρώπων του.



## Παραγωγικότητα είναι το όνομα του παιχνιδιού

του ΜΑΝΩΛΗ ΑΛΕΞΑΝΔΡΑΚΗ  
Γενικού Δ/ντού του Φοίνικα

Ενδιαφέρουσες παρατηρήσεις και επισημάνσεις όχι μόνο για τον Φοίνικα αλλά για ολόκληρη την ελληνική ασφαλιστική οικογένεια έκανε σε ομιλία του στο 8ο συνέδριο του Φοίνικα ο κ. Μ. Αλεξανδράκης. Το περιοδικό ΝΑΙ ήταν στο Ρέθυμνο και μεταφέρει

Ο ΦΟΙΝΙΚΑΣ είναι μια δυναμική ασφαλιστική εταιρία που ανήκει στον όμιλο εταιριών της Εμπορικής Τράπεζας.

Ιδρύθηκε το 1928 και στη διάρκεια των 63 χρόνων που πέρασαν ακολούθησε την εξέλιξη της ελληνικής οικονομίας, αναπτύχθηκε και απλώθηκε σε όλους τους ασφαλιστικούς κλάδους και σήμερα διαθέτει δίκτυο που καλύπτει όλη την Ελλάδα.

Σύμφωνα με τις σύγχρονες οργανωτικές δομές, από το 1988 θυγατροποίησε την ΙΟΝΙΚΗ ασφαλιστική, η οποία ανέλαβε αποκλειστικά την προώθηση των ασφαλειών ζωής, ενώ ο ΦΟΙΝΙΚΑΣ εξειδικεύεται πλέον στις γενικές ασφάλειες.

Το γεγονός αυτό, ότι η εταιρία μας είναι θυγατρική εταιρία της Εμπορικής Τράπεζας, σε συνδυασμό με τη διαπίστωση ότι είναι από τις πρώτες σε μέγεθος ελληνικές ασφαλιστικές εταιρίες, αποτελεί τη μεγαλύτερη εγγύηση για την οικονομική της ευρωστία, τη σοβαρότητα και τη σιγουριά, που δικαιολογημένα ζητά να επιδιώκει ο κάθε ασφαλιζόμενος.

Δεν είναι τυχαίο που από την ίδρυσή της μέχρι σήμερα η εταιρία μας βρίσκεται συνε-



χώς ανάμεσα στις μεγαλύτερες ασφαλιστικές εταιρίες της χώρας μας. Με κύκλο εργασιών της τάξεως των 7,5 δισ. δραχμών, περιουσιακά στοιχεία συνολικής αξίας πάνω από 30 δισ. δραχμές και αποθέματα για την εξασφάλιση των πελατών της πάνω από 10 δισ. δραχμές.

Το λειτουργικό κέρδος της εταιρίας στη χρήση του 1990, μετά από μια μακρόχρονη περίοδο ζημιών, ανήλθε σε 178 εκατ., πέρα από το ογκώδες κέρδος που πραγματοποιήθηκε από την υπεραξία του περιορισμένου σχετικά μέρους του χαρτοφυλακίου της εταιρίας που ρευστοποιήθηκε.

Κύριος παράγοντας της διαμόρφωσης του αποτελέσματος σε θετικά επίπεδα υπήρξε η ανακατανομή και η διακίνηση του επενδυτικού χαρτοφυλακίου. Η επενδυτική δραστηριότητα της εταιρίας επεκτάθηκε κατά 6 δισ. δρχ., ποσό το οποίο έχει επενδυθεί σε διάφορες τοποθετήσεις που προσφέρει η ελληνική επενδυτική αγορά. Το γεγονός αυτό οδήγησε στην αύξηση των εσόδων των επενδύσεων κατά 66% καλύπτοντας έτσι για

πρώτη φορά το 89% της ζημιάς εκμετάλλευσης.

Η εταιρία πραγματοποίησε το 1990 υπεραξία που προέρχεται από αναδιάρθρωση του επενδυτικού χαρτοφυλακίου, της τάξης των 5,4 δισ. Η υπεραξία αυτή διαμόρφωσε τα ίδια κεφάλαια της εταιρίας στο επίπεδο των 3,8 δισ. έναντι των 358 εκατ. του 1989, αφού έγιναν πρόσθετες αποθεματοποιήσεις για αντιμετώπιση υποχρεώσεων που ακόμα υπάρχουν από το παρελθόν και έκτακτων εξόδων αναδιοργάνωσης και βέβαια υπερκαλύπτουν τη συσσωρευμένη ζημιά από το παρελθόν.

Οι προοπτικές για το έτος, έτσι όπως παρουσιάζονται από τον προϋπολογισμό του 1991, φαίνονται σχετικά ευοίωνες. Συγκεκριμένα εκτιμάται κέρδος για το 1991, το οποίο θα στηρίζεται κυρίως στην προγραμματισμένη επενδυτική πολιτική της εταιρίας. Η εταιρία προβλέπει πως θα μπορέσει να αυξήσει τα έσοδα των επενδύσεων κατά 66% καλύπτοντας κατ' αυτόν τον τρόπο την ζημία εκμετάλλευσης, η οποία προβλέπεται να είναι αυξημένη (παρά την μικρή αύξηση των εξόδων) λόγω κυρίως της αύξησης του κόστους προμήθειας. Το κόστος προμήθειας βάσει του καινούριου συστήματος των πωλήσεων εκτιμάται πως θα αυξηθεί πολύ χωρίς να μπορέσει να εξουδετερωθεί από τους ρυθμούς ανάπτυξης της παραγωγής έτσι όπως έχουν δοθεί στον προϋπολογισμό 1991.

Μετά τη δυναμική εξυγιαντική προσπάθεια στο πακέτο των χρεογράφων, η οποία και συνεχίζεται, την ταυτόχρονη οργάνωση και ανάπτυξη του δικτύου παραγωγής, την πρόσφατη αξιολογήση προσπάθεια αξιοποίησης και ανανέωσης προσωπικού με σύγχρονη μείωση των λειτουργικών εξόδων του, προχωρεί και σε πολλούς τομείς, όπως με τη σύγχρονη παρουσία του σε νέο πολυτελές μέγαρο γραφείων 8.000 τ.μ. περίπου, με υπό-



γειο GARAGE (και χώρων ειδικών χρήσεων) επί της οδού Κηφισίας 280, με χρονοδιάγραμμα ολοκλήρωσης τα 2 χρόνια, όπου θα στεγάσει όλες τις κατασπαρμένες σήμερα υπηρεσίες του, ενώ ταυτόχρονα θα δημιουργηθούν σημαντικά έσοδα από την εκμετάλλευση των ακινήτων επί των οδών Σταδίου και Ομήρου, της Παρνασσού και της Φειδίου στα οποία είναι ήδη εγκατεστημένος ο Φοίνικας και θα εξοικονομηθούν δαπάνες από την εγκατάλειψη των κτιρίων που ενοικιάζει στην Ομήρου 8 και την Μεσογείων καθώς και την εγκατάλειψη των κτιρίων που χρησιμοποιεί ως αποθήκες.

Οι βασικοί κλάδοι που συνθέτουν τον κύριο όγκο των εργασιών του «ΦΟΙΝΙΚΑ» είναι οι κλάδοι Πυρός, Αυτοκινήτων, Κλοπής, Μεταφορών, Αστικής Ευθύνης, Τεχνικών Κινδύνων, Πλοίων και Αεροσκαφών και Νομικής Προστασίας.

Η ασφαλιστική αγορά σε διεθνές, αλλά κυρίως σε ευρωπαϊκό επίπεδο, ζει ραγδαίες εξελίξεις και μεταβολές.

Μεταβολές της οικονομικής κατάστασης. Μεταβολές της συμπεριφοράς των καταναλωτών.

Μεταβολές στην τεχνολογία. Μεταβολές στη νομοθεσία. Οι μεταβολές αυτές συντελούν στη δημιουργία εντόνου ανταγωνισμού:

- στις τιμές
- στα προϊόντα και στα προγράμματα
- στους γενικούς και ειδικούς όρους των ασφαλιστηρίων
- στην εξυπηρέτηση.

Παράλληλα αναπτύσσονται με ραγδαία μορφή στρατηγικές χρηματοοικονομικών υπηρεσιών σε πανευρωπαϊκό επίπεδο.

Οι ασφαλιστικές εταιρίες δεν είναι οι μόνες που αναπτύσσουν αυτά τα προϊόντα. Υπάρχει μεγάλος ανταγωνισμός με πιστωτικά ιδρύματα και εταιρίες διαχείρισης χαρτοφυλακίου. Τα πιστωτικά ιδρύματα επίσης μπορούν πολύ αποτελεσματικά να είναι πωλητές ασφαλιστικών προϊόντων λόγω του μεγάλου δικτύου υποκαταστημάτων που διαθέτουν. Οι ασφαλιστικές εταιρίες παίζουν έναν πολύ σημαντικό ρόλο στο κοινωτικό χρηματοοικονομικό σύστημα.

Υπάρχει ωστόσο μια βασική διάκριση ανάμεσα στις ασφάλειες κατά ζημιών, δεδομένου ότι επιτελούν διαφορετικές λειτουργίες και καλύπτουν διαφορετικές ανάγκες. Το σημαντικότερο ρόλο στην κατανομή των κεφαλαιουχικών πόρων παίζουν οι ασφάλειες ζωής. Αυτός ο ρόλος πραγματοποιείται υπό την μορφή των θεσμικών επενδύσεων.

Και οι ασφάλειες κατά ζημιών όμως συμμετέχουν στην κατανομή των χρηματοοικονομικών πόρων (παράδειγμα ο τρόπος που αυτές επενδύουν τα τεχνικά τους αποθέματα και τα ίδια τους κεφάλαια).

Οι ασφαλιστικές εταιρίες διαχειρίζονται σε άξια τεράστια περιουσιακά στοιχεία και επενδύουν σε άλλες εταιρίες είτε χρηματοοικονομικές, είτε βιομηχανικές ή εμπορικές, και συχνά σε ομάδες εταιριών. Οι λειτουργίες αυτές έχουν μεγάλη σημασία για τις οικονομίες των χωρών και για τη χρηματιστηριακή αγορά ειδικότερα. Για την τελευ-

ταία ιδιαίτερα, οι ασφαλιστικές εταιρίες είναι από τους σημαντικότερους μακροχρόνιους θεσμικούς επενδυτές.

Οι κυριότερες τάσεις που επικράτησαν στη διεθνή ασφαλιστική αγορά τη δεκαετία του '80 ήταν οι ακόλουθες:

α. Έντονη διαφοροποίηση των εργασιών των ασφαλιστικών εταιριών από τα κλασικά προϊόντα σε προϊόντα χρηματοοικονομικού χαρακτήρα.

β. Έντονη παρουσία πιστωτικών ιδρυμάτων (ιδιαίτερα τραπεζών) στο χώρο των ασφαλίσεων.

γ. Δημιουργία ισχυρών οικονομικών συγκροτημάτων που παρέχουν προς τον καταναλωτή ποικιλία προϊόντων επενδυτικού χαρακτήρα σε συνδυασμό με τα κλασικά προϊόντα.

— Διεργασίες εξαγορών και συγχωνεύσεων, ιδιαίτερα στις ΗΠΑ.

— Μεταφορά μέρους των κοινωνικών παροχών της πολιτείας σε ιδιωτικές ασφαλιστικές εταιρίες.

Ο πελάτης πρέπει να βρίσκεται πάντα στο επίκεντρο της προσοχής μας. Με τα χρόνια έχει και αυτός εκπαιδευτεί και έχει γίνει πιο απαιτητικός. Η στρατηγική μας λοιπόν στην οργάνωση των πωλήσεων θα πρέπει να στηριχτεί στις απαιτήσεις του πελάτη. Το κλειδί σε αυτή την περίπτωση δεν είναι απλά να προσφέρουμε αυτό το κάτι άλλο που ζητά ο πελάτης, αλλά να οργανώσουμε το δίκτυο με τέτοιο τρόπο, ώστε να είναι σε θέση να το προσφέρει τουλάχιστον καλύτερα από τον ανταγωνισμό.

Ο ανταγωνισμός είναι ολοφάνερο ότι θα ενταθεί μέσα στα χρόνια που έρχονται και οι συνθήκες της ελληνικής αγοράς πρόκειται να αλλάξουν. Οι κοινοτικοί κανόνες θα εφαρμοσθούν σταδιακά και στη χώρα μας, αναίτητος πολυήλικος, δεσμεύσεις, καταργώντας περιορισμούς, δεσμεύσεις, τιμολογιακές και άλλες προστατευτικές διατάξεις και δημιουργώντας ένα κλίμα σκληρού ανταγωνισμού, όπου μόνο οι πολύ ισχυροί και οι πολύ καλά οργανωμένοι θα προχωρήσουν. Σε κάθε παραγωγική δραστηριότητα τον κύριο ρόλο παίζει ο ανθρώπινος παράγων. Μέσα στον πληθυσμό των 350 εκ. της κοινότη-



τας, οι προοπτικές γι' αυτούς, οι οποίοι θα διαθέτουν προσόντα, ταλέντο, συνεργατικότητα θα είναι λαμπρές.

Η τελευταία δεκαετία του αιώνα μας θα είναι για τη χώρα μας μια νέα εποχή, με πολλές ευκαιρίες γι' αυτούς που θα μπορέσουν να προσαρμοστούν στο πνεύμα της νέας εποχής.

Η προσαρμογή αυτή είναι μια δύσκολη υπόθεση. Όμως εναλλακτική λύση δεν υπάρχει. Πρέπει όχι να προσπαθήσουμε, αλλά να νικήσουμε, να κερδίσουμε τη μάχη. Είναι μια μεγάλη στιγμή για όλους μας.

Οι νέες εξελίξεις οικονομικές και γεωπολιτικές, που σηματοδοτεί ο γύρω μας χώρος, ανοίγουν μια τεράστια ευκαιρία για το δυναμικό Έλληνα ασφαλιστή, που ξέρει να αγωνίζεται ώστε με την αρμονική συνεργασία του κράτους να κάνει πραγματικότητα τις ευκαιρίες.

Η πρόκληση του ευρωπαϊκού μέλλοντος της χώρας μας, απευθύνεται σε όλους τους διαμορφωτές της κοινής γνώμης: κράτος, επιχειρηματίες, συνδικάτα, μαζικά μέσα ενημέρωσης κ.λπ. και τους καλεί να σταθούν στο ύψος των δυσκολων περιστάσεων και να αντιμετωπίσουν σοβαρά το ρόλο τους.

Είμαστε λαός προικισμένος με πολλά ταλέντα. Σπιρτάδα εφευρετικότητα, πείσμα, μεθοδικότητα και φιλότιμο. Μας λείπει όμως η οργάνωση και η εμπιστοσύνη μεταξύ μας. Εμείς οι ίδιοι δυσκολεύουμε ο ένας τον άλλο. Για όλους και για όλα φταίνε οι άλλοι και ποτέ εμείς. Έχουμε σαν πατέντα, χρόνια τώρα, τη δυνατότητα να κοροιδεύουμε ο ένας τον άλλο, καταφέραμε να κοροιδεύουμε στο τέλος και τον ίδιο τον εαυτό μας. Βάζουμε τρικλοποδιές ο ένας στον άλλο και ενώ όλοι οι άλλοι μας προσπερνούν, εμείς μένουμε στο ίδιο σημείο. Παραγωγικότητα είναι η δύναμη, η οποία δημιουργεί τον πλούτο. Η μακρόχρονη επιβίωση και επιτυχία της κάθε επιχείρησης εξαρτάται από την συνεχή βελτίωση της παραγωγικότητάς της.

Οι παράγοντες που επηρεάζουν την παραγωγικότητα είναι πολλοί, όπως ο κακός σχεδιασμός προϊόντων και διαδικασιών, η έλλειψη εποπτείας, οι κακές συνθήκες εργασίας, η ανεπαρκής κατάρτιση του ανθρώπινου δυναμικού, η έλλειψη υποκίνησης και η ανεπαρκής εκμετάλλευση της τεχνολογίας.

Παραγωγικότητα είναι το όνομα του παιχνιδιού αν θέλουμε να επιτύχουμε στον επιχειρηματικό κόσμο του σήμερα. Με την αύξηση της παραγωγικότητας όλων μας, θα προκύψουν πολλαπλά οφέλη ξεκινώντας από την βασική προϋπόθεση αντιμετώπισης του ανταγωνισμού, που σημαίνει ότι οι παρεχόμενες από την εταιρία μας υπηρεσίες, ακριβώς και μόνο λόγω της αυξημένης παραγωγικότητας, θα έχουν χαμηλότερο κόστος και θα προσδίδουν κατά συνέπεια μεγαλύτερη δυνατότητα ευελιξίας στην εφαρμοζό-

μενη τιμολογιακή πολιτική (σημαντικό βήμα ενόψει της απελευθέρωσης των τιμολογιών). Μόνο εκείνοι που αντιμετωπίζουν αυτές τις νέες προκλήσεις στο σωστό χρόνο και είναι προετοιμασμένοι να προσέξουν εκ νέου την τεχνική της ασφάλισης, όταν παίρνουν αποφάσεις σε θέματα underwriting αυτοί θα είναι και οι μόνοι κατάλληλα εφοδιασμένοι για να επιβιώσουν. Είναι καιρός ν' αλλάξουμε νοοτροπία και ενόψει της ευρωπαϊκής ολοκλήρωσης, να εντεινουμε τις προσπάθειές μας για να μπορέσουμε να ακολουθήσουμε τους ταχύτατους ρυθμούς με τους οποίους, οι άλλοι στην Ευρωπαϊκή Οικονομική Κοινότητα προχωρούν στον εκσυγχρονισμό της οικονομίας τους. Τα περιθώρια έχουν στενέψει επικίνδυνα και είναι ανάγκη να κινητοποιηθούμε όλοι, ώστε να



ανταποκριθούμε με συνέπεια στην πρόκληση της ενιαίας Ευρωπαϊκής αγοράς, η οποία δεν πρέπει να αντιμετωπίζεται σαν απειλή αλλά σαν πρόκληση.

Οι ταχύτητες που πρέπει να κινηθούμε, πρέπει να είναι σημαντικές, γιατί πρέπει όχι μόνο να παρακολουθήσουμε την εξέλιξη των άλλων, αλλά και να μειώνουμε τις υπάρχουσες διαφορές. Δεν υπάρχει χρόνος. Πρέπει σήμερα να γίνει αρχή, όχι αύριο. Ν' ασχοληθούμε περισσότερο με το αύριο και λιγότερο με το χθες.

Η ασφαλιστική αγορά χρειάζεται managers υψηλού επιπέδου. Χρειάζεται ανέβασμα της στάθμης και αυτό θα 'ναι η πιο οδυνηρή ίσως εμπειρία του 1992. Γι' αυτό χρειάζεται ασταμάτητα εκπαίδευση και μόνιμη επιμόρφωση.

Ένας από τους κρίσιμότερους παράγοντες της επιτυχίας θα είναι η δραστική μείωση του κόστους.

Η σωστή επένδυση σε τεχνολογικό εξοπλισμό και οι κατάλληλοι managers θα 'ναι τα κλειδιά της επιτυχίας στα χρόνια που έρχονται.

Η χώρα μας πρέπει να ακολουθήσει την πορεία και την τύχη της Ευρώπης, η οποία μπήκε στην τελευταία δεκαετία αυτού του αιώνα, έχοντας ξαναβρεί την εμπιστοσύνη στον εαυτό της, με την δημιουργία της αγο-

ράς των 350 εκατομμυρίων καταναλωτών. Μιας αγοράς, όπου, άνθρωποι, αγαθά, κεφάλαια και υπηρεσίες θα κυκλοφορούν ελεύθερα, σαν να επρόκειτο για μια χώρα.

Αναμφίβολα το '92 είναι η στρατηγικότερη πρόκληση που αντιμετωπίζουμε σαν έθνος. Η Ελλάδα σήμερα είναι σε κρίσιμο σταυροδρόμι, γιατί πρέπει ν' απαντήσει επιγόντως στο πιο κρίσιμο εγχείρημα των ευρωπαϊκών λαών. Η επιτυχία θα εξαρτηθεί από την ικανότητα ν' αλλάξουμε τους γερασμένους θεσμούς μας, να εκσυγχρονίσουμε την οικονομία, να στεριώσουμε μια φερέγγυα εξωτερική πολιτική.

Κάτω από τις σημερινές ιδιαίτερα δύσκολες συνθήκες της οικονομίας της χώρας μας, που επιβάλλουν την λήψη σκληρών μέτρων στους διάφορους σχετικούς τομείς, είναι καθήκον όλων μας να αναλογιστούμε με περισσή σύνεση και διάθεση καλοπροαίρετης και εποικοδομητικής αυτοκριτικής, έξω από μικροπολιτικές σκοπιμότητες, ποιοι είμαστε, πού βρισκόμαστε και πού θέλουμε να πάμε.

Είμαστε σε μια εταιρία από τις ηγέτιδες του κλάδου, η οποία λειτουργεί μέσα σε μια αγορά, η ζήτηση των προϊόντων της οποίας ευτυχώς είναι και θα είναι συνεχώς αυξανόμενη για πολύ καιρό ακόμη. Το περιβάλλον αυτής της αγοράς χαρακτηρίζεται από συνθήκες οξύτατου ανταγωνισμού, τόσο εγχώριας όσο και ευρωπαϊκής προέλευσης.

Μέσα στις λίγες αυτές γραμμές περιγράφεται γενικά το περιβάλλον στο οποίο καλούμεθα να οδηγήσουμε την εταιρία μας, προκειμένου να επιβιώσει και να αναπτυχθεί για το συμφέρον όλων μας. Θέλω να σας επισημάνω στο σημείο αυτό, με πλήρη επίγνωση των ευθυνών που απορρέουν από την θέση την οποία κατέχω σήμερα στην εταιρία, ότι για την επίτευξη του παραπάνω στόχου της επιβίωσης και ανάπτυξης της εταιρίας μας, έργου επίπονου και δύσκολου είναι ανάγκη να συνεργασθούμε αρμονικά όλοι μας: μέτοχοι, διοίκηση, εργαζόμενοι και συνεργάτες. Προς την κατεύθυνση αυτή θα μας βρείτε αρωγούς και συμπαραστάτες με όλες τις δυνάμεις διαθέσιμες, εφόσον πράγματι διαπιστώνεται η συμβολή των εκάστοτε ενεργειών για την ευόδωση των στόχων της εταιρίας.

Τέλος, θεωρώ καθήκον μου ν' αναφερθώ ιδιαίτερα σ' εκείνον, ο οποίος υπήρξε ο θεμελιωτής του Φοίνικα, η θεμελιώτης του εσμού των ασφαλειών στον τόπο μας. Το όνομα ενός τόσο σημαντικού προσώπου και η επωνυμία της εταιρίας την οποία εκείνος δημιούργησε και που στην ουσία οι δύο αυτές έννοιες είναι ένα και το αυτό Φοίνικας-Βογιατζάκης Βογιατζάκης-Φοίνικας.

# SCOPLIFE

## ΒΑΘΙΑ ΓΝΩΣΗ

## ΥΨΗΛΗ ΤΕΧΝΙΚΗ

## ΣΩΣΤΟΙ ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΙ

## ΑΚΡΙΒΕΙΑ ΣΤΗΝ ΠΡΟΒΛΕΨΗ

## ΕΥΣΤΟΧΕΣ ΕΠΙΛΟΓΕΣ

## ΒΡΕΤΑΝΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ

## ΣΤΙΣ ΑΣΦΑΛΕΙΕΣ ΖΩΗΣ...

## ΕΙΔΙΚΗ ΚΑΙ ΜΟΝΑΔΙΚΗ

Όταν πρόκειται για τη ζωή σας, η Scoplife στοχεύει αποκλειστικά στην πιο υψηλή ποιότητα. Με βαθιά γνώση. Με απόλυτη ακρίβεια. Με διορατικότητα. Για ποιότητα υψηλή, τόσο σε επίπεδο συμβολαίου, όσο και σε επίπεδο υπηρεσιών. Την ίδια ακριβώς ποιότητα που προσφέρει, εδώ και ενάμιση αιώνα, η μητρική της εταιρία,

η Scottish Provident. Η Scoplife έχει ως αποκλειστικό αντικείμενο τις Ασφάλειες Ζωής. Μελετάει σε βάθος τις ανάγκες του κοινού εξετάζοντας τις ιδιαιτερότητες κάθε ομάδας, και σχεδιάζει προγράμματα ειδικά για την κάλυψη των αναγκών τους. Προγράμματα μοναδικά που προβλέπουν και καλύπτουν

το πραγματικό μέγεθος των αναγκών των ασφαλισμένων. Με τα εξειδικευμένα προγράμματα και την υψηλή ποιότητα υπηρεσιών, η Scoplife, προσφέρει μια νέα αντίληψη στις Ασφάλειες Ζωής. Αντίληψη που εφαρμόζει δυναμικά στον ελληνικό χώρο αξιοποιώντας παράλληλα και την

σημαντική τεχνογνωσία και την οικονομική δύναμη της Scottish Provident. Οι υψηλές ποιτικές προδιαγραφές των παρεχόμενων υπηρεσιών, ορίζονται και εφαρμόζονται συνεχώς με το αποκλειστικό σύστημα "Premium Quality Standards" της Scoplife. Για ευέλικτη και ταχύτατη ανταπόκριση στις ανάγκες

σας, χάρη σε ένα μοναδικό σύστημα on-line. Για συνεχή και συστηματική ενημέρωση από τους ειδικούς συμβούλους της Scoplife για την καλύτερη αξιοποίηση ή και αναπροσαρμογή του συμβολαίου σας. Γιατί, στις ασφάλειες ζωής, η Scoplife είναι και ειδική και μοναδική.



ΘΥΓΑΤΡΙΚΗ ΤΗΣ  
SCOTTISH PROVIDENT

**SCOPLIFE**  
ΕΙΔΙΚΗ ΚΑΙ ΜΟΝΑΔΙΚΗ



## Τι κάνετε όταν ακούτε!

**1** Να είστε υπομονετικός, αφήστε τον υποψήφιο να μιλήσει, να ακούτε με προσοχή. Θυμηθείτε ότι οι άνθρωποι θέλουν να έχουν τον σεβασμό των άλλων.

**2.** Αφήστε τον υποψήφιο να απαντά στην ερώτησή σας μέχρι να ικανοποιηθείτε με τις πληροφορίες που σας έδωσε.

**3.** Θυμηθείτε ότι ο υποψήφιος ίσως μιλάει για να αμυνθεί ή για να αποφύγει να πάρει μια γρήγορη απόφαση.

**4.** Μην αφήσετε να σας παρασύρουν συναισθηματισμοί. Οι περισσότεροι άνθρωποι, χωρίς να το συνειδητοποιούν, ακούν μόνο αυτά που θέλουν να ακούσουν. Βεβαιωθείτε ότι ερμηνεύετε σωστά αυτά που πραγματικά λέει ο υποψήφιος. Το πρόβλημα όταν ακούμε είναι ότι σκεπτόμαστε γρηγορότερα από ό,τι μιλάμε. Αυτό που συμβαίνει πολύ συχνά όταν ακούμε είναι ότι το μυαλό μας πλανιέται, απομακρυνόμαστε μερικές στιγμές από αυτά που λέει ο ομιλητής και χάνουμε σημαντικά σημεία.

Τέσσερα πράγματα που μπορείτε να κάνετε για να αποφύγετε αυτή την περιπλάνηση του μυαλού:

1. Προσπαθήστε να αναρωτηθείτε «Πού το πάει ο υποψήφιος;»
2. Ζυγίζετε αυτά που λέει ο υποψήφιος. Έχουν νόημα; Είναι σύμφωνα με όσα ήδη γνωρίζετε για τον υποψήφιο;
3. Αναθεωρείτε όσα είπε ο υποψήφιος μέχρι εδώ.
4. Ψάχνετε για τα κρυμμένα μηνύματα αυτού που ακούτε.

Ένα άλλο εμπόδιο για την καλή ακρόαση είναι ορισμένα θέματα ή λέξεις που δημιουργούν φραγμούς. Αυτό μπορείτε να το αποφύγετε αν συγκεντρώσετε την προσοχή σας στην κεντρική ιδέα αυτού που λέει ο υποψήφιος, και όχι στις λέξεις ή στις φράσεις που χρησιμοποιεί. Εξετάστε αυτά που λέει και από την θετική και από την αρνητική τους σκοπιά. Κάνετε μια ρεαλιστική κρίση.

Τελικά υπάρχουν μερικές κακές συνήθειες όταν ακούμε που πρέπει να τις αποβάλλουμε, όπως:

1. Να περιπάται η προσοχή μας. Μόνο ένας τρόπος υπάρχει να το υπερνικήσουμε, η αυτοσυγκέντρωση.
  2. Κριτική της εμφάνισης. Μην αφήνετε τον τρόπο που ένα άτομο ντύνεται ή μιλάει να επηρεάσει την προσοχή σας σε αυτά που λέει.
  3. Πρόωρη απόρριψη. Μην υποθέτετε πως οτιδήποτε λέει ο υποψήφιος δεν έχει ενδιαφέρον και αξία και άρα δεν αξίζει τον κόπο να τον ακούτε.
  4. Αποφεύγετε τις δυσκολίες. Αν η συζήτηση γίνει δυσάρεστη ή πολύ προσωπική, προσπαθήστε να αλλάξετε θέμα χωρίς να αποθαρρύνετε τον υποψήφιο.
  5. Μεγάλη προσοχή στα γεγονότα. Θα καταγράφετε τα γεγονότα - ονόματα και αριθμούς. Τα μόνα άλλα γεγονότα που πρέπει να θυμάστε είναι τα κίνητρα που θα κάνουν τον υποψήφιο να αγοράσει. Μην μπερδεύετε προσπαθώντας να συγκρατήσετε πληροφορίες άσχετες και χωρίς σημασία.
- Τα κίνητρα για την αγορά ασφάλειας ζωής — αγάπη προς την οικογένεια, επιθυμία συσσώρευσης πλούτου, η ανάγκη για σιγουριά, η ανάγκη για κοινωνική αποδοχή, κ.λπ. — είναι πολύ προσωπικά. Ίσως συμβεί αυτά τα κίνητρα να είναι πολύ προσωπικά για να μπορέσουν να συζητηθούν αμέσως με έναν άγνωστο, όπως είστε εσείς για πολλούς από τους υποψήφιους πελάτες σας. Αλλά θα ανακαλύψετε ότι στις περισσότερες συζητήσεις, μόλις αναφερθεί ένα θέμα, σχεδόν αμέσως θα συζητηθεί από μια προσωπική σκοπιά. Είναι κανόνας ότι οι περισσότερες συζητήσεις περνούν από τέσσερα στάδια για κάθε θέμα που θα παρουσιαστεί: μια δήλωση της παρούσης κατάσταση, την εμφάνιση του θέματος προς συζήτηση, την εμφάνιση των ανθρώπων που θα αναμειχθούν στο θέμα, και την συζήτηση των προσωπικών των ανθρώπων που θα αναμειχθούν. Αυτός ο τρόπος θα σας βοηθήσει να ανακαλύψετε ευκολότερα τα κίνητρα ενός ατόμου. Φυσικά, πρέπει να μεταχειρίζεστε το κάθε άτομο σαν ξεχωριστή προσωπικότητα. Υπάρχουν όμως μερικά στοιχεία που θα σας βοηθήσουν να ανακαλύψετε το πιο σημαντικό κίνητρο στον κάθε υποψήφιο. Φυσικά, σε κάθε πώληση αναμειγνύονται περισσότερα από ένα κίνητρα — συνήθως η ανάγκη για αγάπη και στοργή, μαζί με κάποια άλλα. Τα στοιχεία για την ανάγκη για σιγουριά είναι το ενδιαφέρον για το μέλλον, υπερηφάνεια για αυτά που ήδη πέτυχε για να βρει την αίσθηση της σιγουριάς, και οι αποδείξεις ότι έχει θέσει στόχους στη ζωή του.

Τα στοιχεία για την ανάγκη για αγάπη και στοργή είναι το ενδιαφέρον για την οικογένεια, ή υπερηφάνεια για τα επιτεύγματα της οικογένειας, και οι αποδείξεις για το ενδιαφέρον προς τους άλλους.

Η ανάγκη να νιώσει σημαντικός μπορεί να φανεί από το ενδιαφέρον για την γνώμη των άλλων ανθρώπων, την υπερηφάνεια για την απόδοσή του και τα επιτεύγματά του.

Τα στοιχεία για την ανάγκη για κοινωνική αποδοχή μπορεί να είναι το ενδιαφέρον να αρέσει στους άλλους, η υπερηφάνεια για την φήμη του.

Η ανάγκη για την συσσώρευση πλούτου μπορεί να φέρει στοιχεία όπως ενδιαφέρον για την οικονομία, υπερηφάνεια για τα αποκτήματα του και τον πλούτο του, αποδείξεις έντονης ανάπτυξης σε επιχειρήσεις, ενδιαφέρον για τις οικονομικές εξελίξεις.

# ΥΠΕΡΥΓΕΙΑ<sup>®</sup> METROLIFE

## Το πρώτο Ολοκληρωμένο πρόγραμμα Ασφάλισης Υγείας Με ελεύθερη επιλογή θέσης · Χωρίς όρια Για όλη σας τη ζωή

Επειδή η Υγεία είναι το υπέρτατο αγαθό και η ανάγκη για ποιότητα στην περιθαλψη το σημαντικότερο πρόβλημα, η METROLIFE σας προσφέρει σήμερα την πιο σίγουρη και ολοκληρωμένη λύση για σας και την οικογένειά σας. Το πρόγραμμα «ΥΠΕΡ-ΥΓΕΙΑ METROLIFE». Το μοναδικό πρόγραμμα που βάζει κυριολεκτικά την Υγεία στην πρώτη θέση.

**Με το πρόγραμμα «ΥΠΕΡ-ΥΓΕΙΑ METROLIFE»**

### ΕΣΕΙΣ ΔΙΑΛΕΓΕΤΕ:

- Το επίπεδο νοσηλείας – δηλαδή τη θέση που θέλετε να νοσηλευτείτε, επιλέγοντας ανάμεσα σε τέσσερις κατηγορίες: Πολυτελείας (σούιτ), Μονόκλινο, Δίκλινο, Τρίκλινο.
- Το νοσοκομείο ή την κλινική που θέλετε. Οποιοδήποτε νοσοκομείο ή κλινική, Ιδιωτικό ή κρατικό. Οποιοδήποτε στην Ελλάδα. Οποιοδήποτε στο εξωτερικό.

### Το Πρόγραμμα «ΥΠΕΡ-ΥΓΕΙΑ METROLIFE» καλύπτει τα πάντα:

**Όλα τα έξοδα μέσα στο νοσοκομείο ή την κλινική**  
Από δωμάτιο και τροφή, αμοιβές χειρουργού και αναισθησιολόγου, μέχρι και ιατρικά συμβούλια, **απεριόριστα**. • Από ακτινοθεραπείες, LASER, αζονικές και μαγνητικές τομογραφίες μέχρι μονάδα εντατικής θεραπείας, **απεριόριστα**. • Από απλά προσθετικά τμήματα (μάτι, χέρι, πόδι) μέχρι και πολύπλοκες διορθωτικές συσκευές (βαλβίδες καρδιάς, βηματοδότες) **απεριόριστα**.

**Όλα τα προ και μετα-νοσοκομειακά έξοδα**  
Από νοσήλια χωρίς διανυκτέρευση μέχρι εξετάσεις, φάρμακα, εξωσωματικές λιθοτριψίες, φυσικοθεραπείες, ακόμη και αποκλειστική νοσοκόμα στο σπίτι, **απεριόριστα**.

**Όλα τα έξοδα για επείγουσα ιατρική βοήθεια**  
Από κάλυψη εξόδων επείγουσας μεταφοράς στην Ελλάδα μέχρι αντιμετώπιση επείγοντος περιστατικού στο εξωτερικό από ειδικούς επιστήμονες Ιατρούς σε οποιοδήποτε μέρος του κόσμου 24 ώρες το 24ωρο.

- Τον Ιατρό σας, του νοσοκομείου ή της κλινικής που προτιμάτε αλλά και τον θεράποντα Ιατρό σας, αυτόν που εσείς θέλετε να σας παρακολουθεί.

**Και η METROLIFE σας καλύπτει  
ΧΩΡΙΣ ΟΡΙΟ ΔΑΠΑΝΩΝ**

Δηλαδή πληρώνει όλα τα έξοδα σε οποιοδήποτε στάδιο διάγνωσης, νοσηλείας ή ανάρρωσης **χωρίς κανένα απολύτως όριο**. Σας καλύπτει τα πάντα.

### ΧΩΡΙΣ ΔΙΚΗ ΣΑΣ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ

Το πρόγραμμα «ΥΠΕΡ-ΥΓΕΙΑ METROLIFE», αντίθετα από τα συνήθη ασφαλιστικά προγράμματα που καλύπτουν μέρος μόνο των δαπανών, δεν απαιτεί από σας καμιά απολύτως συμμετοχή. **Καλύπτει όλα τα έξοδα σε ποσοστό 100%**.

### ΧΩΡΙΣ ΟΡΙΟ ΗΛΙΚΙΑΣ

Τα προγράμματα νοσοκομειακής περίθαλψης λήγουν συνήθως στα 65 χρόνια. Το πρόγραμμα «ΥΠΕΡ-ΥΓΕΙΑ METROLIFE» δεν έχει όριο. Συνεχίζει να σας καλύπτει με την ίδια ποιότητα σε όλη σας τη ζωή.

### ΧΩΡΙΣ ΣΥΝΟΡΑ

Το πρόγραμμα «ΥΠΕΡ-ΥΓΕΙΑ METROLIFE» σας καλύπτει απόλυτα και στο εξωτερικό. Οποιοδήποτε κι αν βρεθείτε, σας πληρώνει τα έξοδα νοσηλείας και σας εξασφαλίζει ακόμη και επείγουσα ιατρική βοήθεια σε οποιαδήποτε χώρα του κόσμου.

### Και κάτι εξ' ίσου σημαντικό

#### Η METROLIFE ΠΛΗΡΩΝΕΙ ΑΝΤΙ ΓΙΑ ΣΑΣ

Η METROLIFE καθιερώνει για πρώτη φορά στην Ελλάδα την κάρτα Ασφαλισμένου. Με την κάρτα αυτή, που γίνεται δεκτή από τα μεγαλύτερα Ίατρικά νοσοκομεία, οι Ασφαλισμένοι

δεν χρειάζεται να πληρώσουν τίποτα. Η METROLIFE αναλαμβάνει να καλύψει απ' ευθείας τους λογαριασμούς νοσηλείας των Ασφαλισμένων της.

### Προστατέψτε ό,τι πολυτιμότερο έχετε με το πρόγραμμα «ΥΠΕΡ-ΥΓΕΙΑ METROLIFE»

Αξιοποιείτε σήμερα τα μοναδικά πλεονεκτήματα που σας προσφέρει το πρόγραμμα «ΥΠΕΡ-ΥΓΕΙΑ METROLIFE» και λύστε οριστικά το πρόβλημα της Ασφάλισης Υγείας με τον πιο ολοκληρωμένο και αποτελεσματικό τρόπο. Σας το προσφέρει η METROLIFE, η εταιρία που σκέπτεται τις ανάγκες του σύγχρονου Έλληνα και φροντίζει να τις καλύπτει με συνέπεια και ποιότητα.

### Για περισσότερες πληροφορίες μπορείτε:

- Να απευθυνθείτε σήμερα στον Ειδικό για το πρόγραμμα «ΥΠΕΡ-ΥΓΕΙΑ METROLIFE» Ασφαλιστή, σε οποιοδήποτε Κατάστημα της METROLIFE, σε όλη την Ελλάδα.
- Να επικοινωνήσετε με την Ειδική Υπηρεσία «ΥΠΕΡ-ΥΓΕΙΑ METROLIFE» στα τηλέφωνα: **952.0170, 958.7492**.
- Να ταχυδρομήσετε το κουπόνι στη Διεύθυνση: METROLIFE, Συγγρού 236, 176 72 Αθήνα.

Παρακαλώ στείλτε μου περισσότερες πληροφορίες για το πρόγραμμα «ΥΠΕΡ-ΥΓΕΙΑ METROLIFE» στη διεύθυνση που σημειώνω.

ΕΠΩΝΥΜΟ \_\_\_\_\_  
 ΟΝΟΜΑ \_\_\_\_\_  
 ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ \_\_\_\_\_  
 ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ \_\_\_\_\_  
 Τ.Κ. \_\_\_\_\_ ΠΟΛΗ \_\_\_\_\_ ΤΗΛ. \_\_\_\_\_

Μέλος του  
Ευρωπαϊκού Συνδέσμου  
Ποιοτικού Μάνατζμεντ  
EFQM

ΑΣΦΑΛΙΣΕΙΣ ΖΩΗΣ  
**METROLIFE**  
Στα μέτρα της Ευρώπης

Λεωφόρος Συγγρού 236 176 72 Αθήνα, Τηλ. κέντρο: 958 9415, Telex: 223658 METR GR, Fax: 9512495

# Με υπευθυνότητα άγγιξε τα καυτά προβλήματα το Ε' Συνέδριο Διοικητικών υπαλλήλων Αγροτικής Ζωής

Η ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΖΩΗΣ έχει την υποδομή και ετοιμάζεται, όχι μόνο για να αντιμετωπίσει το σκληρό ανταγωνισμό στο χώρο της ιδιωτικής ασφάλισης, αλλά και για να βελτιώσει την ηγετική της θέση, τουλάχιστον στο χώρο της Ελληνικής ασφαλιστικής αγοράς. Οι προοπτικές είναι περισσότερο από καλές. Το μέλλον ευοίωνα».

**Η ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΖΩΗΣ** πραγματοποίησε στις 8, 9 και 10 Νοεμβρίου 1991 το 5ο Συνέδριο των Διοικητικών Υπαλλήλων της, στο ωραιότατο Ξενοδοχείο «MONTANA» στο γραφικό Καρπενήσι.

Οι εργαζόμενοι εκτός από τα εργασιακά τους θέματα συζήτησαν με υπευθυνότητα και ζωντάνια τις προοπτικές ανάπτυξης της Εταιρίας στην ελληνική και Ευρωπαϊκή Ασφαλιστική αγορά.

Στο Συνέδριο συμμετείχαν ο **Διευθύνων Σύμβουλος κ. Γεώργιος Μίχος, ο Αναπληρωτής Διευθύνων Σύμβουλος και Αντιπρόεδρος κ. Ανάργυρος Κουτρομπάς,** τα στελέχη και οι εργαζόμενοι της Εταιρίας.

Το συνέδριο ξεκίνησε με ομιλία του Δ/ντος Συμβούλου Γ. Μίχου που μεταξύ των άλλων είπε:

«... Το προηγούμενο συνέδριο κινήθηκε στην θεωρητική σφαίρα της ιδιωτικής ασφάλισης και στο περιβάλλον των υπαλλήλων για καλύτερη απόδοση ενώ το σημερινό όπως φαίνεται και από το θεματολόγιο, **αντιμετωπίζει καυτά προβλήματα της Εταιρίας** και θα πρέπει να τείνει να αγγίζει την πραγματικότητα. Η συμμετοχή εκπροσώπων των εργαζομένων στην οργανωτική επιτροπή και στις εισηγήσεις πιστεύω ότι θα



βοηθήσει προς τη σωστή κατεύθυνση. Το Διοικητικό Συμβούλιο της Εταιρίας, ο Πρόεδρος και εγώ προσωπικά, ως Διευθύνων Σύμβουλος, αποβλέπουμε με ζωηρό ενδιαφέρον στα πορίσματα του Συνεδρίου σας και θα είμαστε ευτυχείς να προωθήσουμε σχέδια, που θα προέρχονται από τις επικείμενες συζητήσεις σας...

— Η ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΖΩΗΣ είναι θυγατρι-

κή μιας μεγάλης τράπεζας της ΑΤΕ που έχει και ευρύ δίκτυο καταστημάτων στο εσωτερικό της χώρας αλλά και στο εξωτερικό και μπορεί να βοηθήσει, πολλαπλώς την Εταιρία και τις πωλήσεις.

— Η Εταιρία έχει ένα καλό όνομα και ένα αρκετά μεγάλο δίκτυο πωλήσεων που απλώνεται σε ολόκληρο τον Ελλαδικό χώρο.

— Προχωρεί σε συνεργασία με την ΑΤΕ, ΤΚΕ και ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΗ σε νέες δραστηριότητες χρηματιστηριακού χαρακτήρα (Αμοιβαία Κεφάλαια, Χρηματιστηριακές Εταιρίες).

— Έχει συνεργασία πέραν του αντασφαλιστικού, σε επίπεδο πληροφόρησης, τεχνογνωσίας, εξυπηρέτησης πελατών κ.ά. με ομοειδείς μεγάλες Εταιρίες του εξωτερικού και μελετά την επέκταση της συνεργασίας καθώς και τις δυνατότητες επέκτασης των δραστηριοτήτων της γενικά στο εξωτερικό.

— Δημιούργησε ένα από τα καλύτερα συστήματα μηχανογράφησης, παρέχει ικανοποιητικό Service.

— Προσαρμόζει τα προϊόντα της, ανάλογα με τις προτιμήσεις των πελατών της και γενικά τις τάσεις της ασφαλιστικής αγοράς.

— Η σημερινή Διοίκηση είναι πάντα έτοιμη να ικανοποιήσει στο μέτρο των



## Δημοσιεύουμε και τις απόψεις των εργαζομένων

Στις 08-10 Νοέμβρη πραγματοποιήθηκε στο Καρπενήσι το Ε' Συνέδριο Διοικητικών Υπαλλήλων της ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΖΩΗΣ. Στο Συνέδριο εκφράστηκαν ανοικτά και τεκμηριωμένα, μέσω εισηγήσεων και διαλόγου, ο προβληματισμός των εργαζομένων της ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΖΩΗΣ, για την πορεία και την προ-

οπτική της Εταιρίας.

Οι προτάσεις μέτρων που υποβλήθηκαν από το Δ.Σ. του Συλλόγου των εργαζομένων, επιλύουν βραχυπρόθεσμα τα προβλήματα της Εταιρίας και μακροπρόθεσμα οδηγούν στην περαιτέρω ανάπτυξη της.

Ήταν ένα Συνέδριο σταθμός, καθ' όλα δημοκρατικό.

Ειδικότερη αναφορά έγινε:

— Στην άμεση στήριξη της εταιρίας από την Α.Τ.Ε.

— Στην υλοποίηση πλάνου στρατη-

δυνατοτήτων της Εταιρίας τα λογικά αιτήματα των υπαλλήλων και συνεργατών της και έδειξε ότι μπορεί να τηρεί τις υποσχέσεις της.

Η ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΖΩΗΣ έχει την υποδομή και ετοιμάζεται, όχι μόνο για να αντιμετωπίσει το σκληρό ανταγωνισμό στο χώρο της ιδιωτικής ασφάλισης, αλλά και για να βελτιώσει την ηγετική της θέση, τουλάχιστον στο χώρο της Ελληνικής ασφαλιστικής αγοράς. Οι προοπτικές είναι περισσότερο από καλές.

Το μέλλον ευοίωνα».

Στη συνέχεια έγιναν διάφορες εισηγήσεις με ζωηρό τόνο και έντονες παρατηρήσεις: σε κλίμα που έδειχνε υψηλό βαθμό ενδιαφέροντος για την εταιρία. Από πλευράς πωλήσεων μίλησε ο κ. Κ. Βασιλειάδης, για λογαριασμό του Συλλόγου ο κ. Δ. Βαρδακαστάνης Πρόεδρος και ο Αντιπρόεδρος κ. Κούστας Χ. Ο κ. Ι. Κοσμέας μίλησε για την πορεία της εταιρίας και προβλέψεις 1991-92 ενώ ο κ. Ι. Δούκας για τις δυνατότητες και αδυναμίες της εταιρίας. Ενδιαφέρουσα και η ομιλία του κ. Γ. Πετριτσόπουλου για το «κόστος πρόσκτησης εργασιών και τις λειτουργικές δαπάνες,

γικού προγραμματισμού.

— Στην αφύπνιση των Μετόχων για τον διορισμό ικανού Διοικητικού Συμβουλίου, με γνώσεις του αντικειμένου των ασφαλειών προσώπων.

— Στην εφαρμογή συγχρόνου και αποτελεσματικού Management.

— Στην απόκτηση πλήρους ελευθερίας κινήσεων της Διοίκησης της Εταιρίας, στηριζόμενης σε συγκεκριμένο αναπτυξιακό πλάνο δράσης.

— Στην πρόωθηση του ονόματος της Εταιρίας στην αγορά.

— Στην διεύρυνση της συνεργασίας μέσω των εταιριών του AGRI BENEFITS NETWORK.

— Στην άμεση επίλυση χρόνιων εργασιακών προβλημάτων.

Γενική διαπίστωση των Συνέδρων ήταν — είναι, ότι η ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΖΩΗΣ με τις προϋποθέσεις που αναπτύχθηκαν, μπορεί να ξεπεράσει τα σημερινά προβλήματά της και να λειτουργήσει κερδοφόρα — ποτέ δεν υπήρξε προβληματική — για το κοινό συμφέρον, των Μετόχων, των εργαζομένων και της Εθνικής Οικονομίας.

ΓΙΑ ΤΟ  
ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ  
Ο ΠΡΟΕΔΡΟΣ Ο ΓΕΝ. ΓΡΑΜΜΑΤΕΑΣ  
Δ. ΒΑΡΔΑΚΑΣΤΑΝΗΣ Κ. ΚΑΛΛΕΡΓΗΣ

## ΓΙΑΤΙ ΟΧΙ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ; 53 ασφαλιστές, 5 καφεενεία, 2 εστιατόρια

Ακόμα: Ένας πωλητής παγωτών, ένας νεκροθάφτης, ένας στεγνοκαθαριστής, ένας παγωτατζής κι ένας έμπορος ετοιμών ενδυμάτων

Με αλληλοσυγκρουόμενα συναισθήματα απορίας, θυμού, θαυμασμού, λύπης, περιέργειας, οργής, απελπισίας, ειρωνείας, αγωνίας, αγώνα και από αυτό που λένε «πρέπει να κάνουμε κάτι» διαβάσαμε στο Δελτίου Επαγγελματικού Επιμελητηρίου Αθηνών την τελευταία κίνηση του μητρώου ως προς τις νέες εγγραφές. Οι πιο πολλοί που πληρώνουν δελτία συνδρομής, επιμελητήρια, ΤΕΒΕ εφορίες, κ.λπ. θύματα μόνιμα οι νέοι ασφαλιστές οι μη γνωρίζοντας καν αν θα είναι ασφαλιστές πριν καν αρχίσουν εργασία. Πολλά τα ερωτήματα: Γιατί με τέτοιες αναλογίες να λέγεται επαγγελματικό επιμελητήριο και όχι ασφαλιστικό επιμελητήριο. Για ποιούς επαγγελματίες μιλάμε; Τι ομοειδή συμφέροντα εξυπηρετούνται; Τι οφέλη αποκομίζουν οι ασφαλιστές ανάλογα των εισφορών τους;

Μεγαλύτερη σύγχυση αποκομίζει κάποιος κοιτάζοντας την διοικητική επιτροπή του Ε.Ε.Α. με τους 2 αντιπροέδρους και τα 48 (!) μέλη Δ.Σ.

Υπολόγισε κάποιος πόσοι ασφαλιστές γράφονται και ξεγράφονται, πόσοι ανανεώνουν και τι τζίρος γίνεται;

Υπολόγισε κάποιος τις υπηρεσίες που επιστρέφει στον ασφαλιστικό χώρο το Ε.Ε.Α.;

Χαρά μας θα ήταν αν βλέπαμε να υποστηρίζεται το έργο του ασφαλιστή και ειδικότερα του νέου ασφαλιστή στα πρώτα του βήματα. Αλλά το θέμα είναι μεγάλο και θα επανέλθουμε.



# Με μια ματιά...

Διαβάστε... και μετά κάντε τους δικούς σας υπολογισμούς!

**Επιμέλεια:**  
**ΛΑΜΠΡΟΣ ΚΑΡΑΓΕΩΡΓΟΣ**

○ **Συνεχή μείωση** παρουσιάζει από το 1950 και μετά, ο αριθμός των γεννήσεων στη χώρα μας, με αποτέλεσμα τη δημιουργία οξύτατου δημογραφικού προβλήματος, που έχει τον αντίκτυπό του στην οικονομία, αλλά και στην εθνική μας άμυνα.

Πιο συγκεκριμένα το 1950 αντιστοιχούσαν 20 γεννήσεις ανά 1.000 κατοίκους, το 1980 15 γεννήσεις και το 1990 μόλις 10 γεννήσεις ανά 1.000 κατοίκους. Έτσι ενώ η γονιμότητα δηλ. ο μέσος αριθμός παιδιών ανά γυναίκα αναπαραγωγικής ηλικίας διατηρήθηκε γύρω στα 2,3 παιδιά κατά την περίοδο 1950—80, από το 1981 και μετά η γονιμότητα κινείται σε πολύ κατώτερα επίπεδα και το 1990 έφθασε τα 1,45 παιδιά ανά γυναίκα. Αξίζει να σημειωθεί ότι το όριο αναπλήρωσης των γενεών είναι 2,1 παιδιά ανά γυναίκα.

Με βάση τα παραπάνω σε μια δεκαετία περίπου, από σήμερα, αν δεν αλλάξει κάτι, ο πληθυσμός της χώρας μας θα μειώνεται.

Την ίδια στιγμή εάν παρακολουθήσουμε το τι γίνεται περίπου στις γειτονικές χώρες θα διαπιστώσουμε μια πληθυσμιακή έκρηξη, κυρίως στις μουσουλμανικές χώρες. Το γεγονός φαίνεται και από το δείκτη γονιμότητας αυτών των χωρών.

Σε παιδιά ανά γυναίκα η Τουρκία έχει δείκτη 4, η Αλβανία 5, η Βουλγαρία 2, η Γιουγκοσλαβία 2, ενώ η χώρα μας 1,4, όπως ήδη αναφέρθηκε.

○ Στην αξιοποίηση της περιουσίας των ασφαλιστικών ταμείων, στοχεύει η κυβέρνηση, με τη δημιουργία αμοιβαίων κεφαλαίων από τα ταμεία.

Το πώς θα λειτουργήσουν τα Αμοιβαία Κεφάλαια, ποια ταμεία θα συμμετέχουν, συνολικά σ' όλες τις διαδικασίες συγκρότησής των, θα τις επεξεργαστεί ειδική επιτροπή που συγκρότησε ο υφυπουργός Κοινωνικών Ασφαλίσεων, με επικεφαλής τον υποδιοικητή της Τράπεζας της Ελλάδος κ. Γ. Προβόπουλο. Σε δύο μήνες η επιτροπή θα εκδώσει το σχετικό πόρισμα.

○ Διπλασιάστηκε την τελευταία δεκαετία (1975-1990) η κατά κεφαλή κατανάλωση υπηρεσιών υγείας στη χώρα μας, ενώ μέχρι το 2020 αναμένεται να κατέχει την πρώτη θέση μεταξύ των οικογενειακών δαπανών.

Τα παραπάνω σημειώνει ο καθ. της Υγειονομικής Σχολής κ. Ι. Κυριόπουλος σε σχετική του εισήγηση, στο πραγματοποιηθέν πρόσφατα 3ο Πανελλήνιο Συνέδριο των Οικονομικών της Υγείας.

Το σύστημα Υγείας στη χώρα μας είναι η μεγαλύτερη επιχείρηση για τον κ. καθηγητή, αφού απασχολεί το 5% του ενεργού πληθυσμού και απορροφά το 8% του ΑΕΠ.

○ Η επιδημία της ασθένειας του AIDS εξαπλώνεται συνεχώς. Με την ευκαιρία της Παγκόσμιας Ημέρας κατά του Aids (1 Δεκεμβρίου) η Παγκόσμια Οργάνωση Υγείας έδωσε στη δημοσιότητα τα τελευταία στοιχεία, για την πορεία της ασθένειας, σύμφωνα με τα οποία, 10 έως 11 εκ. άνθρωποι έχουν προσβληθεί από τον ιό, ενώ 1,5 εκ. ανέπτυξαν AIDS.

Τα κρούσματα φθάνουν τον αριθμό των 5.000 ατόμων ημερησίως σε παγκόσμιο επίπεδο, ενώ η εκτίμηση για το έτος 2000 είναι 15 εκ. άρρωστοι και άγνωστος αριθμός φορέων.

Στην Ελλάδα δηλώθηκαν μέχρι τις 30/9/1991 528 κρούσματα, το 21% των

οποίων οφείλεται σε ετεροφυλοφιλική μετάδοση και το 62% αντιστοιχεί σε ηλικίες 25-40 ετών.

○ Τη δημιουργία ενός ενιαίου φορέα κύριας ασφάλισης για όλους τους τραπεζοϋπαλλήλους, επιζητεί η Ομοσπονδία Τραπεζοϋπαλληλικών Οργανώσεων (ΟΤΟΕ), και για το σκοπό αυτό έχει αρχίσει τις αναλογιστικές μελέτες, μέσω ιδιωτικής εταιρίας.

Ως γνωστό 18.000 Τραπεζοϋπάλληλοι από τις 45.000 περίπου ασφαλιζονται στο ΙΚΑ, ενώ οι υπόλοιποι, σε πέντε ειδικά ταμεία κύριας ασφάλισης. Να σημειωθεί πάντως ότι και οι Διοικήσεις των Τραπεζών, δεν βλέπουν με «κακό μάτι» μια τέτοια λύση για το ασφαλιστικό καθεστώς στους Τραπεζοϋπαλλήλους.

○ Την αντικατάσταση του θεσμού των βαρέων και ανθυγιεινών επαγγελματιών, με ένα σύνολο νομοθετικών ρυθμίσεων και μέτρων που θα προστατεύσουν την υγεία των εργαζομένων στους χώρους εργασίας, προτείνει αρμόδια επιτροπή, που συστάθηκε στο υπουργείο Υγείας με σκοπό την επανεκτίμηση του θεσμού των βαρέων και ανθυγιεινών.

Σημειώνεται ότι στον θεσμό των ΒΑΕ υπόκεινται περισσότερες από 60 ομάδες επαγγελματιών και 70 περίπου ειδικότητες εργαζομένων, ενώ ο αριθμός των ασφαλισμένων ανέρχεται σε 670.000, δηλ. αποτελούν το 38% του συνόλου των ασφαλισμένων στο ΙΚΑ.

○ Πλήρης ασφαλιστική κάλυψη (παροχές ασθένειας) εξασφαλίζεται με Προεδρικό διάταγμα, σε όσους έχουν μειωμένο ωράριο εργασίας (μερικές απασχολούμενοι).

Με το Π.Δ. ορίζεται ότι η σύνταξη των μερικών απασχολούμενων δεν θα είναι σε καμιά περίπτωση μικρότερη από το 1/2 των κατώτατων ορίων που χορηγεί κάθε φορά το ΙΚΑ, ενώ θα υπολογίζεται με βάση την ειδική ασφαλιστική κλάση που καθιερώνεται στο ΙΚΑ.

Με το ως τώρα ισχύον καθεστώς, δεν εξασφάλιζαν πλήρη ασφαλιστική κάλυψη όσοι πραγματοποιούσαν λιγότερες από 9 ημέρες το μήνα ασφάλιση στο ΙΚΑ.

○ Η Ελλάδα έχει το υψηλότερο ποσοστό στην Ευρώπη σε ιδιόκτητες κατοικίες. Υπολογίζεται ότι το 70% των Ελλήνων κατοικούν σε ιδιόκτητα σπίτια.

Η συνολική παραγωγή κατοικιών τη δεκαετία του '80 υπολογίζεται σε 1.050.000 μονάδες, ενώ το συνολικό απόθεμα της χώρας σε 5.100.000 κατοικίες με συνολικό εμβαδό 43 εκ.μ.

Πάντως, σύμφωνα με στοιχεία της Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας της Ελλάδας η οικοδομική δραστηριότητα το επτάμηνο Ιανουαρίου - Ιουλίου 1991 μειώθηκε κατά 13,8%.

○ Στα 544 δισ. δραχμές, αναμένεται ότι θα διαμορφωθεί στις 31-12-91 το συνολικό χρέος του ΙΚΑ. Αν δεν υπήρχε η

ανάληψη από το κράτος των ληξιπρόθεσμων χρεών του ιδρύματος, η κυβέρνηση εκτιμά ότι το χρέος θα ανερχόταν στα 724 δισ. δραχμές.

○ Στην αύξηση των ορίων ηλικίας συνταξιοδότησης για το δημόσιο τομέα προανατολίζεται η κυβέρνηση. Σχετική πρόταση μελετάται και η επιτροπή που ασχολείται με τη ριζική αναμόρφωση του ασφαλιστικού συστήματος.

Από τις ως τώρα πληροφορίες πάντως, προκύπτει, ότι εκτός από αύξηση των ορίων συνταξιοδότησης, θα προταθεί και η μείωση της κατώτατης σύνταξης του ΙΚΑ. Η επιτροπή στοχεύει στη δημιουργία ενός συστήματος, όσο το δυνατόν περισσότερο ανταποδοτικού, χωρίς η κοινωνική ασφάλιση, να χάσει το χαρακτήρα της σαν τέτοια.

○ Νέο σχέδιο νόμου για την υγεία έδωσε στη Δημοσιότητα ο υπουργός Υγείας κ. Γ. Σούρλας. Εκτός από τις αλλαγές που επιφέρει στις εργασιακές σχέσεις των γιατρών, το νέο νομοσχέδιο, περιέχει δύο σημαντικές καινοτομίες. Επιτρέπει την ίδρυση Νοσοκομειακών μονάδων μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα, με τη

συμμετοχή ιδιωτών, επενδυτών, και ακόμη δίνει κάτω από κρίσιμες προϋποθέσεις τη δυνατότητα σε ιδιώτες να ιδρύσουν εταιρίες, που να παρέχουν υπηρεσίες ανάλογες με αυτές του ΕΚΑΒ.

Τέλος θεσμοθετεί την ύπαρξη ιδιωτικών κλινικών.

○ Τέθηκε πρόσφατα σε λειτουργία ο θεσμός της αντασφάλισης από το ΙΚΑ. Σκοπός του θεσμού που λειτουργεί με ανταποδοτικά κριτήρια, είναι αν δώσει τη δυνατότητα να καλυφθούν ασφαλιστικά, όσοι έχουν ήδη ένα αριθμό ενσήμων, και στη συνέχεια δεν συνέχισαν για διάφορους λόγους την ασφάλιση. Επίσης άτομα που είναι ανασφάλιστα (π.χ. νοικοκυρές), καθώς και οι νέοι από 16 ετών και πάνω, που δεν έχουν ακόμη κάποια ασφάλιση. Πάντως, από πολλούς παράγοντες, εκτιμάται ότι ο ασφαλιστρο είναι ιδιαίτερα υψηλό, ανάλογα με τις παροχές που αποδίδει στη λήξη της η αντασφάλιση.

Στα θετικά του θεσμού, συγκαταλέγεται, το γεγονός, ότι αν ο ασφαλισμένος, αποβιώσει πριν συμπληρώσει τις προϋποθέσεις για συνταξιοδότηση, μπορεί ο δικαιούχος να συνεχίσει την πληρωμή των ασφαλιστρών, έως ότου αυτές συμπληρωθούν και οι συντάξιμες παροχές να περάσουν σ' αυτόν.

Επίσης, η δυνατότητα που δίδει σ' όσους έχουν ήδη κάποια ένσημα, να συνεχίσουν μόνοι τους, έως ότου συμπληρώσουν προϋποθέσεως σύνταξης.

○ Μηνύματα σταθεροποίησης μέσα στο γενικότερο κλίμα της ύφεσης που πλήττει και τον πρωτογενή τομέα, στέλνουν οι εξελίξεις του δείκτη της βιομηχανικής παραγωγής κατά το μήνα Αύγουστο 1991.

Σύμφωνα με τα σχετικά στοιχεία της Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας ο δείκτης βιομηχανικής παραγωγής σημείωσε αύξηση κατά 1,8% τον Αύγουστο σε σχέση με τον ίδιο μήνα του 1990.

Συνολικά το πρώτο οκτάμηνο του 1991 η βιομηχανική παραγωγή σημείωσε μείωση κατά 3%, έναντι του αντίστοιχου περιόδου διαστήματος.

○ Μείωση 2% θα σημειώσουν οι πραγματικές αμοιβές των μισθωτών κατά το 1991, ενώ το 1990 παρέμειναν σταθερές και το 1989 είχαν σημειώσει άνοδο κατά 2,3%.

Ειδικά για τον ιδιωτικό τομέα η εξαμηνιαία έκθεση του υπουργείου Εθνικής Οικονομίας αναφέρει ότι με βάση τη διετή σύμβαση εργασίας προβλέπονται για το 1992 οι παρακάτω αυξήσεις: Την 1-1-92 αύξηση 5,4% και την 1-7-92 αύξηση 5,2%.

**Εκπαιδευτική Πρόταση  
για Ομάδα Διευθυντών σε θέματα  
Ψυχολογίας - Επικοινωνίας - Ανθρωπίνων Σχέσεων**

*Σύμφωνα με τη σύγχρονη δεοντολογία πάνω στο management, που βασίζεται στην ανθρωποκεντρική φιλοσοφία, η αναγκαιότητα μιας «διεξοδικής» εκπαίδευσης των διευθυντικών στελεχών, σε θέματα ψυχολογίας, επικοινωνίας και ανθρωπίνων σχέσεων στο χώρο εργασίας, είναι απαραίτητη.*

*Η εκπαιδευτική αγορά έχει κατακλυστεί από σεμινάρια τυποποιημένα και στεγανοποιημένα, που δίνοντας στους διευθυντές «δείγματα γνώσεων», περισσότερο τους μπερδεύει παρά τους εκπαιδεύει διεξοδικά έτσι ώστε να μπορούν να εφαρμόσουν άμεσα και αποτελεσματικά τα όσα έμαθαν.*

*Ο σημερινός manager καλείται να είναι γρήγορος, εύστοχος και δημιουργικός με τους συνεργάτες του, πράγμα που σημαίνει πως η εκπαίδευσή του πρέπει να στοχεύει στο πώς ο ίδιος θα αναγνωρίσει και θα χρησιμοποιήσει τα χαρακτηριστικά της προσωπικότητάς του προς αυτή την κατεύθυνση, παρά στο να μάθει απ' έξω «μαθηματικούς τύπους με ψυχολογικές ετικέτες».*

*Το εκπαιδευτικό πρόγραμμα αποτελείται από έξι 4ωρες συνεδρίες με ομάδα 8-12 διευθυντών μόνο, και στοχεύει στην αυτογνωσία και αυτοβελτίωση του manager που είναι το μοντέλο/πρότυπο για τα μέλη της ομάδας του. (Το πρόγραμμα αφορά διοικητικούς διευθυντές και πωλήσεων).*

**Πληροφορίες και δηλώσεις συμμετοχής μέχρι 31/1/92**

**Σμαρούλα Παντελή**  
**Ψυχολόγος/Επιχειρησιακή Σύμβουλος**  
Τηλ.: 7225538  
Διεύθυνση: Καμάλη 7B, 106-74 Αθήνα

ΣΤΕΛΙΟΣ ΦΟΥΡΛΗΣ - INITIATIVE MEDIA ATHENS

# Πρωτοβουλία και δημιουργική διαφήμιση φέρνουν καλά αποτελέσματα στις ασφαλιστικές εταιρίες!

Πολύ χρήσιμες και σημαντικές παρατηρήσεις για τις ασφαλιστικές εταιρίες μας δίνει με την συνέντευξή του ο διευθύνων σύμβουλος της INITIATIVE MEDIA ATHENS κ. Στέλιος Φουρλής.

Η σύσταση της INITIATIVE MEDIA ATHENS έγινε την Πρωτομαγιά του '91. Σε μερικούς μόνο μήνες, η εταιρία κατόρθωσε να προσελκύσει πελάτες εκτός της UNILEVER και των εταιριών του ομίλου της, όπως την JOHNSON & JOHNSON, την 3E, την «Αθηναϊκή Ζυθοποιία» και την NESTLE, την IBM τη SEAT, τη CITICORP και άλλες πολυεθνικές και ελληνικές εταιρίες, ανάμεσα στις οποίες την DINERS και τη CITI-BANK.

Λέει ο κ. Φουρλής: «Για μας, πελάτες μας είναι μόνο οι διαφημιζόμενοι. Συνεργαζόμαστε με τις διαφημιστικές εταιρίες αποκλειστικά και μόνο μέσω των πελατών

μας». «Η εταιρία μας αναλαμβάνει τη διαπραγμάτευση των τιμών, την ποιοτική και ποσοτική αξιολόγηση των μέσων, με ιδιαίτερη έμφαση στο ποιοτικό στοιχείο, τα αναλυτικά προγράμματα και τις προβλέψεις κόστους και αποτελεσματικότητας των μέσων, τις διαπραγματεύσεις τοποθέτησης και όρων πληρωμής, το booking και τον έλεγχο εκτέλεσης, την τιμολόγηση και τις πληρωμές, την επανεκτίμηση της αποτελεσματικότητας και την παροχή των πληροφοριών. Αυτό το τελευταίο έχει ιδιαίτερη σημασία και έχει άμεση σχέση με τα στοιχεία των ερευνών».

Το 1990 η INITIATIVE MEDIA αγόρασε το 11% του συνολικά διαθέσιμου χώρου/χρόνου στην Ευρώπη και ο τζίρος της ξεπέρασε τα 2,6 δισ. δολάρια ενώ θεωρείται ο μεγαλύτερος τηλεοπτικός αγοραστής στην Ευρώπη.

**Ερώτηση:** Σαν ειδικός στο θέμα της προβολής προϊόντων, θεωρείτε πως η «ασφάλεια» είναι ένα προϊόν που διαφέρει, και αν ναι, ως προς τι, από τα άλλα διαφημιζόμενα προϊόντα;

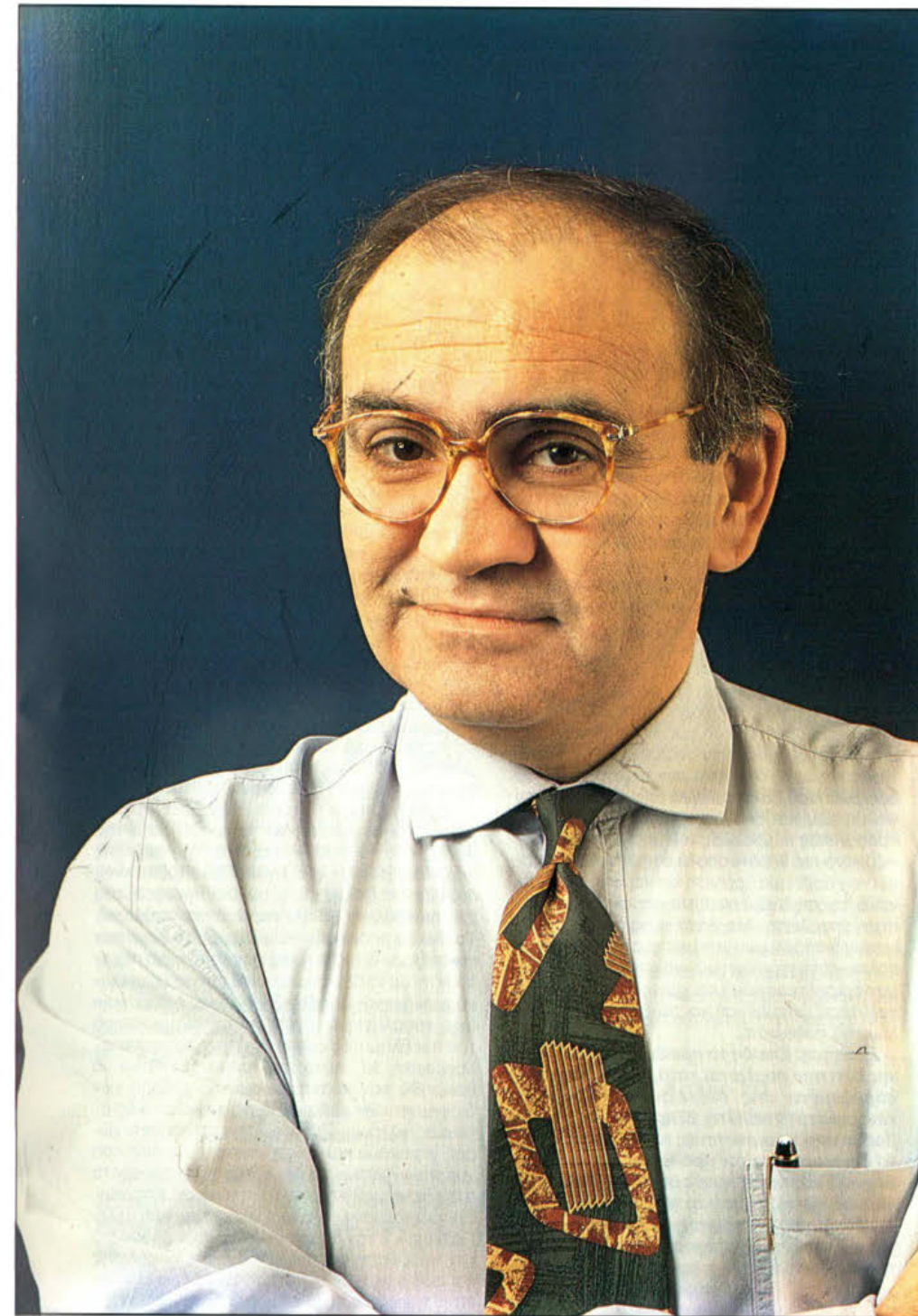
**Απάντηση:** Μιλώντας κανείς για ασφάλεια ουσιαστικά μιλά για μια παροχή υπηρεσιών. Και όπως φάνηκε και από το τελευταίο συνέδριο του Ελληνικού Ινστιτούτου Marketing που ακριβώς το θέμα ήταν marketing υπηρεσιών και marketing καταναλωτικών προϊόντων οι δύο όψεις του ίδιου νομίσματος, δεν πιστεύω πως

οποιοδήποτε προϊόν μια ασφαλιστικής εταιρίας θα πρέπει να αντιμετωπίζεται τελείως διαφορετικά από τα άλλα διαφημιζόμενα καταναλωτικά προϊόντα. Διότι μιλώντας για διαφήμιση μην ξεχνάμε ότι μιλάμε για επικοινωνία. Και μιλώντας για επικοινωνία κάποιων προϊόντων οι αρχές της επικοινωνίας δεν αλλάζουν, παραμένουν και είναι ίδιες. Βέβαια δεν θα μπορούσε να πε κανείς ότι είναι το ίδιο εύκολο να πείσεις κάποιον να αγοράσει ένα καταναλωτικό προϊόν, μια οικοκυρά π.χ. να αγοράσει ένα απορρυπαντικό από το να ασφαλίσει τα παιδιά του, ή το σπίτι του ή να ασφαλισθεί ο ίδιος. Σαφώς η προσέγγιση πρέπει

να είναι διαφορετική, πρέπει να είναι περισσότερο ανθρωποκεντρική πρέπει να μιλάει όχι μόνο στη λογική αλλά και στα συναισθήματα του δέκτη ενός μηνύματος.

**Ερώτηση:** Πιστεύετε πως η διαφημιστική στρατηγική που έχει ακολουθηθεί για τις ασφάλειες, είναι η πρόπουσα για την καλλιέργεια της ασφαλιστικής συνείδησης του κοινού, και πού οφείλεται κατά τη γνώμη σας το γεγονός του ότι παρόλη την τεράστια διαφημιστική δαπάνη ο κόσμος συνεχίζει να είναι επιφυλακτικός απέναντι στην ασφάλεια;

**Απάντηση:** Για να κρίνει κανείς μια διαφημι-



στική στρατηγική είναι πολύ δύσκολο πράγμα για να πω ότι είναι σχεδόν αδύνατο εάν προηγουμένως δεν έχει περάσει μέσα από την στρατηγική του marketing. Συνεπώς για να μπορέσει κανείς να εκφράσει την άποψή του εάν πράγματι η διαφημιστική στρατηγική που είχε ακολουθηθεί για τις ασφάλειες είναι η πρόπουσα θα έπρεπε ίσως να ρωτήσει η στρατηγική marketing που έχει ακολουθηθεί για τις ασφάλειες είναι η πρόπουσα; Και εδώ πέρα επιτρέψτε μου να πω σαν απλός καταναλωτής και μόνο, την γνώμη μου και όχι σαν ειδικός της επικοινωνίας. Πιστεύω πως ο κόσμος που συνεχίζει να είναι

επιφυλακτικός πράγματι απέναντι στην ασφάλεια δεν είναι αυτός ο οποίος φταίει. Είναι παρά πολλές μεταβλητές που πρέπει κανείς να κοιτάξει επιμελώς για να βρει ποιοι είναι εκείνοι οι παράγοντες που θα κάνουν τον κόσμο να αντιδράσει πιο θετικά απέναντι στην έννοια ασφάλεια. Μέσα σ' αυτά δεν θα πρέπει να παραλείψω και η φύση του Έλληνα που πράγματι σε όλες του σχεδόν τις ενέργειες δεν κοιτά τόσο πολύ μακροχρόνια τα αποτελέσματα, αλλά άμεσα εδώ και τώρα και αύριο έχει ο θεός, κάτι που θα έπρεπε να μεταφραστεί, αύριο έχει η ασφαλιστική εταιρία. Συνεπώς δεν θα πρέπει κανείς,

αν πράγματι η διαφήμιση φταίει που ο κόσμος δεν αντιδρά όπως θα περίμεναν οι ασφαλιστικές εταιρίες, να αντιδράσει απέναντι στα προϊόντα τους αλλά μήπως η όλη στρατηγική του marketing είναι αυτή η οποία χρειάζεται μια περαιτέρω βελτίωση και σε βάθος ανάλυση για κάθε προϊόν ξεχωριστά. Ξεκινώντας, αν θέλετε, από αυτήν καθ' εαυτήν την δημιουργία ασφαλιστικών πακέτων και προϊόντων.

**Ερώτηση:** Πιστεύετε πως τα χρήματα που ξοδεύει μια ασφαλιστική εταιρία για κοινωνοφελείς σκοπούς (προστασία περιβάλλοντος - διάδοση του ελληνικού πολιτισμού κ.λπ.) αποδίδουν αθροιστικά, με τη διαφημιστική της εκστρατεία, ή ποια ακριβώς είναι η θέση σας σ' αυτά τα θέματα;

**Απάντηση:** Δεν υπάρχει αμφιβολία ότι κάθε μεγάλη εταιρία εκτός από τον εμπορικό της ρόλο έχει αναμισθήτητα και ένα κοινωνικό ρόλο και είναι μια κοινωνική οντότητα όχι μόνο με το εργατικό της δυναμικό, αλλά και με τα προϊόντα τα οποία προσφέρει προς τους καταναλωτές και ιδιαίτερα όταν μιλάμε για μια αγορά όπου το προϊόν είναι προσφορά υπηρεσιών όπως είναι οι ασφάλειες. Μέσα λοιπόν από αυτό τον ρόλο δεν υπάρχει επίσης καμιά αμφιβολία ότι πράγματι η χορηγία για κοινωνικούς σκοπούς και κοινωνοφελείς σκοπούς συμβάλλει στην καθιέρωση της εταιρίας και την εικόνα της εταιρίας σαν μια έγκυρη κοινωνική προσωπικότητα στο σύνολο της κοινωνίας. Όμως δεν υπάρχει αμφιβολία πως ο κοινωνικός αυτός ρόλος δεν μπορεί παρά να είναι άμεσα αλληλένδετος με τον ρόλο των προϊόντων τα οποία προσφέρει η εταιρία και στη συγκεκριμένη περίπτωση μια ασφαλιστική εταιρία. Άρα αυτό που έχει σημασία είναι, και στις χορηγίες για κοινωνοφελείς σκοπούς τέτοιους όμως που έχουν άμεση σχέση με το αντικείμενο των δραστηριοτήτων της ασφαλιστικής εταιρίας. Προστασία του περιβάλλοντος δεν ξέρω αν πράγματι μια ασφαλιστική εταιρία έχει να κάνει και να προσφέρει στον πολίτη στοιχεία που θα του κάνουν το περιβάλλον πιο ανθρώπινο. Όμως δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι θέματα υγείας άπτονται σαφώς των προϊόντων μιας ασφαλιστικής εταιρίας, όπως επίσης δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι σε θέματα παιδείας και μόρφωσης πράγματι μια ασφαλιστική εταιρία μπορεί και έχει προϊόντα να εξασφαλίσει την επιμόρφωση των παιδιών ενός οικογενειάρχη κ.ο.κ. Συνεπώς έχοντας υπ' όψη ότι οποιαδήποτε χορηγία, θα πρέπει να προβάλλεται και να περιλαμβάνει δραστηριότητες άμεσα συναφείς με τις εμπορικές δραστηριότητες της εταιρίας θα πρέπει να λαμβάνονται υπ' όψιν ότι αποδίδουν αθροιστικά και παράλληλα με τις οποιαδήποτε εκδηλώσεις marketing και εργαλεία του marketing όπως είναι η διαφήμιση προκειμένου να μεγιστοποιήσουν τα εμπορικά τους αποτελέσματα. Αυτό είναι τελείως βέβαια ξεχωριστό πράγμα από το ότι οποιαδήποτε εταιρία θα πρέπει όχι όμως για σκοπούς εμπορικούς οποιαδήποτε μορφής, να συμβάλλει οποιαδήποτε στην κοινωνική ανάπτυξη και στα στοιχεία εκείνα γενικότερα μιλώντας για την Ελλάδα ο ελληνικός λόγος και το ελληνικό κράτος έχει ανάγκη, αλλά σ' αυτή την περίπτωση θα πρέπει οποιαδήποτε ενέργεια θα πρέπει να γίνεται με low profil και χωρίς διατυμπανισμούς από τα μέσα μαζικής επικοινωνίας.

**Ερώτηση:** Μέχρι τώρα, βλέπουμε διαφημιστικές εταιριών. Πόσο πιστεύετε πως θα βοηθήσει η κλαδική διαφήμιση για τη διαμόρφωση της ασφαλιστικής συνείδησης στο κόσμο; **Απάντηση:** Ειλικρινά δεν είμαι σίγουρος εάν ▶

και κατά πόσον θα βοηθούσε μια κλαδική διαφήμιση για την διαμόρφωση αυτής της ασφαλιστικής συνειδησης στον κόσμο. Έχω την άποψη ότι αυτή τη στιγμή οι Έλληνες για θέματα διασφάλισης τους όσον αφορά το μέλλον, την υγεία, την παιδεία, τα δύσκολα χρόνια της σύνταξης, έχουν αποθέσει όλες τους τις απαιτήσεις στο ελληνικό κράτος. Συνεπώς μια κλαδική διαφήμιση δεν θα μπορούσε παρά να περάσει μέσα από την αντίδραση πως αυτές οι ανάγκες που υπάρχουν δεν μπορούν να διασφαλισθούν από το ελληνικό κράτος αλλά μόνο από κάποιο ιδιωτικό φορέα. Απ' την άλλη μεριά χωρίς να έχω στοιχεία κάποιας έρευνας πιστεύω ότι δεν έχει τόσο μεγάλη ανάγκη το ελληνικό κοινό να διαμορφώσει μια ασφαλιστική συνειδηση αλλά να διαμορφώσει μια θετική εικόνα απέναντι στις ασφαλιστικές εταιρίες και απέναντι στα προϊόντα των ασφαλιστικών εταιριών. Φοβάμαι πως οι εμπειρίες τους μέχρι τώρα και που κυρίως βασίζονται στις ασφάλειες αυτοκινήτων δεν είναι και τόσο θετικές για τις ασφαλιστικές εταιρίες.

Πιστεύουν ότι οι ασφαλιστικές εταιρίες δεν κρατούν τα υποσχόμενα μέσα από τα ασφαλιστικά πακέτα. Έχοντας την τύχη να παρακολουθήσω ένα συνέδριο των αποφοίτων του κολεγίου πριν από κάποια χρόνια για την ασφάλεια, δεν υπάρχει αμφιβολία ότι με τα χρήματα που ο σημερινός Έλληνας εργαζόμενος πληρώνει για την ασφάλεια της υγείας του θα μπορούσε μέσω κάποιοι ιδιωτικού φορέα να έχει πολύ καλύτερη εξυπηρέτηση και ιατρική περίθαλψη.

Παρ' όλα αυτά, αυτό που λείπει δεν είναι η ασφαλιστική συνειδηση όσο από τη μια μεριά το νομικό πλαίσιο και από την άλλη μεριά το χτίσιμο της εικόνας των ασφαλιστικών εταιριών ότι σαν φορέας πράγματι μπορούν να ικανοποιήσουν αυτήν την ανάγκη. Μ' αυτό τον τρόπο πιστεύω ότι σιγά-σιγά θα χτισθεί μια σχέση αμοιβαίας εμπιστοσύνης ανάμεσα στα προϊόντα που διατίθενται από τις ασφαλιστικές εταιρίες και τον ασφαλιζόμενο, πως πράγματι μακροχρόνια μπορούν να έχουν τα συγκεκριμένα υποσχόμενα ωφέλη μέσα από την αγορά των προϊόντων των ασφαλιστικών εταιριών.

**Ερώτηση: Ο μεγάλος ανταγωνισμός έχει οδηγήσει τις ασφαλιστικές εταιρίες σε συνεχή**

**αλλαγή/βελτίωση των προγραμμάτων τους (προϊόν τους). Πόσο πιστεύετε ότι μπορεί αυτό να μερδεύει ένα αγοραστικό κοινό που ούτως ή άλλως δεν έχει ακόμη ενστερνιστεί την ιδέα της ασφάλισης; Μήπως μια τέτοια συνεχής πρόοδο σε τόσο γρήγορους ρυθμούς μπορεί να δρα αρνητικά στον υποψήφιο πελάτη;**

**Απάντηση:** Η συνεχής πρόοδος για τη γέννηση νέων προϊόντων από τις ασφαλιστικές εταιρίες δεν πιστεύω πως μπορεί να δράσει αρνητικά στον υποψήφιο ασφαλιζόμενο. Αυτό που δρα αρνητικά είναι τα διαφορετικά μηνύματα οι διαφορετικές υποσχέσεις και τα διαφορετικά προγράμματα στα οποία κανείς εκτίθεται από διαφορετικές ασφαλιστικές εταιρίες θα έλεγα όχι και τόσο ξεκάθαρα πολλές φορές με το ίδιο αντικείμενο π.χ. την υγεία ή την σύνταξη του. Έτσι δεχόμενος μηνύματα που άλλος του υποσχεται, αλλά, άλλος άλλα, κι άλλος τρίτα πράγματα κάνει ακόμα πιο επιφυλακτικό τον υποψήφιο πελάτη απέναντι στην συνεργασία του και στην αγορά τέτοιων προϊόντων από κάποια ασφαλιστική εταιρία. Δεν υπάρχει αμφιβολία ότι ο κύριος φορέας του ξεκαθαρισματος πρέπει να είναι οι ασφαλιστικές εταιρίες και ιδιαίτερα οι ασφαλιστές.

Χρησιμοποιώντας οποιεσδήποτε αρχές του marketing μπορεί κανείς να διαμορφώσει διαφορετικά προϊόντα και σε διάφορες τιμές. Αυτό είναι αναμφισβήτητο και πρέπει έτσι να γίνεται. Όμως, μην ξεχνάμε ότι ποτέ μόνη της η επικοινωνία και η διαφήμιση δεν μπορεί να αντέξει το βάρος της γνωστοποίησης αυτών των προϊόντων μέσα από τα μέσα μαζικής επικοινωνίας. Θα πρέπει ξεκάθαρα να αναβηθεί ο ρόλος του ασφαλιστή όχι μόνο σαν πωλητή κάποιου ασφαλιστικού πακέτου αλλά ιδιαίτερα κατά την γνώμη μου και από τις εμπειρίες μου, σαν ο προσωπικός σύμβουλος του υποψηφίου ασφαλιζόμενου σε θέματα ασφάλισης ώστε να μπορέσει να χτισθεί μια άρρηκτη και πάρα πολύ σημαντική σχέση ανάμεσα στον ασφαλιζόμενο και στον ασφαλιστή. Με βάση αυτά τα δεδομένα κατά την άποψή μου αυτόματα προκύπτει ότι θα πρέπει κατά τη γνώμη μου να επενδυθούν ακόμα περισσότερα ποσά και χρόνος για την ακόμα καλύτερη εκπαίδευση και αναβάθμιση του ρόλου του ασφαλιστή.

**Ερώτηση: Επειδή το προϊόν «ασφάλεια» είναι κάτι που πουλιέται κατά περίπτωση προσαρμοσμένο στις συγκεκριμένες ανάγκες του εκάστοτε πελάτη, εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τις ικανότητες του ασφαλιστή στο να δημιουργήσει την πρόποσα σύνθεση παροχών. Πώς πιστεύετε πως θα μπορούσε να παρουσιαστεί η εικόνα του ασφαλιστή; Πιστεύετε πως οι εταιρίες θα έπρεπε να δώσουν μεγαλύτερη έμφαση στην προώθηση των προϊόντων τους ή των ανθρώπων τους;**

**Απάντηση:** Είμαι σίγουρος ότι μια ασφαλιστική εταιρία που βλέπει τους ασφαλιστές όχι σαν πωλητές κάποιων προϊόντων που κάποιο άλλο τμήμα ας πούμε το τμήμα marketing έχει δημιουργήσει αλλά σαν προσωπικούς συμβούλους σε θέματα ασφάλειας προς κάποιον υποψήφιο, θα έχει πολύ καλύτερα αποτελέσματα ιδιαίτερα λαμβάνοντας υπ' όψη ότι ένα ασφαλιστικό πρόγραμμα έχει την δυνατότητα να προσαρμοσθεί στις ανάγκες του εκάστοτε ασφαλιζόμενου. Συνεπώς, ναι, πιστεύω πως οι εταιρίες θα έπρεπε να δώσουν ακόμη μεγαλύτερη έμφαση για την αναβάθμιση των ανθρώπων τους και παράλληλα στην προώθηση των προϊόντων τους.

**Ερώτηση: Εσείς σήμερα ηγείστε μιας προ-**

**τοποριακής εταιρίας μέσω, τι ξέχωριστόθα προτείνετε στις ασφαλιστικές εταιρίες όσον αφορά τη διαφημιστική εκστρατεία;**

**Απάντηση:** Σαν άνθρωπος που τα τελευταία δεκαπέντε (15) χρόνια ασχολούμαι περισσότερο με τη χρήση των μέσων μαζικής επικοινωνίας σαν φορέων διαφημιστικών μηνυμάτων δεν είναι εύκολο να απαντήσει κανείς κάτι ξεχωριστό που θα πρότεινε προς τις ασφαλιστικές εταιρίες. Παρ' όλα αυτά επιτρέψτε μου να σχολιάσω τα εξής: Πρώτον: Φοβούμαι ότι οι περισσότερες ασφαλιστικές εταιρίες χρησιμοποιούν τα μέσα μαζικής επικοινωνίας για ασφαλιστικά πακέτα, για ασφαλιστικές εταιρίες όπως τα χρησιμοποιούν για οποιαδήποτε καταναλωτικά προϊόντα. Δεν νομίζω πως αυτός είναι και ο καταλληλότερος τρόπος. Δεύτερο: Νομίζω πως μέσα σ' ένα κόσμο διαφημιστικών μέσων, που σήμερα θα έλεγε κανείς ότι είναι μάλλον χαοτικός, αυτό που έχει πολύ μεγάλη σημασία ιδιαίτερα όταν πρόκειται να «πωλήσει» μέσω κάποιων ασφαλιστικών πακέτων ασφάλεια προς τους πολίτες, θα πρέπει η χρήση των μέσων να είναι πάρα πολύ δημιουργική. Τι εννοώ μ' αυτό το πράγμα. Ακόμη και η τηλεόραση μπορεί να χρησιμοποιηθεί διαφορετικά για την προώθηση μιας ασφαλιστικής εταιρίας ή ενός ασφαλιστικού πακέτου τελείως διαφορετικά απ' ό,τι για ένα καταναλωτικό προϊόν. Π.χ. αυτό που μου 'ρχεται στο μυαλό είναι πως η ασφάλεια είναι το αντίδοτο της ανασφάλειας. Πάρα πολλά δελτία ειδήσεων προκαλούν αυτήν την ανασφάλεια λόγω των γεγονότων που συμβαίνουν γύρω μας. Οικονομική κρίση, πόλεμοι κ.λπ. Αν πάμε π.χ. στις εφημερίδες πάρα πολλές από αυτές όπως και τα περιοδικά πολλές φορές καλύπτουν θέματα που άπτονται προϊόντων ασφαλιστικών εταιριών π.χ. υγεία. Πιστεύω πως πρέπει να υπάρχει ευελιξία, π.χ. σ' ένα αφιέρωμα μιας εφημερίδας που ασχολείται με τα προβλήματα της υγείας από το ελληνικό κράτος, της παροχής περιθαλψης κ.λπ. μια λογική διαφήμιση ενός ασφαλιστικού πακέτου γύρω από την υγεία, στο ίδιο περιβάλλον θα ήτο πολύ αποτελεσματική. Το ίδιο θα μπορούσε να συμβεί με το θέμα των συντάξεων. Πάρα πολλές φορές έντυπα ασχολούνται με το θέμα των συντάξεων σαν κοινωνικό φαινόμενο. Παράλληλα πιστεύω η παρουσία μιας ασφάλισης ιδιωτικής για την αντιμετώπιση του προβλήματος αυτού θα ήταν πολύ αποτελεσματική. Μ' αυτό τον τρόπο δεν θέλω να θεωρηθώ σαν κριτής μη σωστής χρήσης των διαφημιστικών μέσων από τις ασφαλιστικές εταιρίες, αλλά νομίζω πως πράγματι υπάρχει χώρος για ακόμα καλύτερη, αποτελεσματικότερη χρήση των μέσων για θετικότερα αποτελέσματα στην διαφημιστική επένδυση των ασφ. εταιριών. Επιτρέψτε μου όμως να τολμήσω και κάτι άλλο. Γιατί όχι και την δημιουργία και νέων μέσων για την προώθηση και της έννοιας της ασφάλισης και ασφαλιστικών πακέτων. Δεν ξέρω εάν και κατά πόσον οι ασφ. εταιρίες έχουν έρθει σε επαφή με διάφορους συνδικαλιστικούς οργανισμούς μεγάλους όπως είναι η ΟΤΟΕ π.χ. που κάποια μεγάλη ασφαλιστική εταιρία θα μπορούσε να έρθει σε κάποια συνεργασία πακέτο, προσφέροντας ασφαλιστικές υπηρεσίες και πακέτα προϊόντων προς τα μέλη της ΟΤΟΕ με ειδικές τιμές. Αυτόματα μέσω δημοσιότητας μιας τέτοιας συνεργασίας, αλλά κυρίως κάνοντας τα μέλη της ΟΤΟΕ διαφημιστικά μέσα αυτά καθ' εαυτά, πιστεύω πως θα είχαν την δυνατότητα πράγματι να εμπεδώσουν και τον ρόλο τους και τα προϊόντα τους και να προωθήσουν τα προϊόντα τους σε ευρύτερες ομάδες πολιτών.

Νόμος 1961/3-9-1991

# ΠΑΡΑΠΛΑΝΗΤΙΚΗ ΚΑΙ ΑΘΕΜΙΤΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

## Άρθρο 18 Έννοια διαφήμισης, παραπλανητικής διαφήμισης, αθέμιτης διαφήμισης

1. «Διαφήμιση» κατά την έννοια του νόμου αυτού είναι κάθε ανακοίνωση που γίνεται στα πλαίσια εμπορικής, βιομηχανικής, βιοτεχνικής ή επαγγελματικής δραστηριότητας με σκοπό την προώθηση της διάθεσης αγαθών ή υπηρεσιών, συμπεριλαμβανομένων των ακινήτων και των εν γένει δικαιωμάτων και των υποχρεώσεων.

2. «Παραπλανητική διαφήμιση» είναι κάθε διαφήμιση, το περιεχόμενο ή η μορφή της οποίας με οποιονδήποτε τρόπο παραπλανά ή ενδέχεται να παραπλανήσει τα πρόσωπα, στα οποία απευθύνεται ή στη γνώση των οποίων περιέρχεται και, εξαιτίας της παραπλάνησης αυτής, ενδέχεται να επηρεάσει την οικονομική τους συμπεριφορά ή να βλάψει έναν ανταγωνιστή.

3. «Αθέμιτη διαφήμιση» είναι κάθε διαφήμιση που προσβάλλει τα χρηστά ήθη ή προβλέπεται στο άρθρο 20.

## Άρθρο 19 Παραπλανητική διαφήμιση

1. Για να κριθεί αν μια διαφήμιση είναι παραπλανητική, λαμβάνονται υπόψη όλα τα στοιχεία της και ιδίως οι ενδείξεις σχετικά με:

α) τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα των αγαθών ή υπηρεσιών, όπως η δυνατότητα διάθεσης, η φύση, η εφαρμογή, η σύνθεση, η μέθοδος και η ημερομηνία κατασκευής ή παροχής (των υπηρεσιών), η καταλληλότητα, η χρήση, η ποσότητα, οι προδιαγραφές, η γεωγραφική καταγωγή ή η εμπορική προέλευση και τα ιδιαίτερα γνωρίσματα, επιστημονικά ή τεχνολογικά δεδομένα και τα αναμενόμενα από τη χρήση τους αποτελέσματα ή τα αποτελέσματα των δοκιμών ή ελέγχων.

β) την τιμή ή τον τρόπο διαμόρφωσής της και τους όρους, υπό τους οποίους παρέχονται τα αγαθά και οι υπηρεσίες, όπως οι όροι πληρωμής ή πίστωσης, παράδοσης, ανταλλαγής, επιστροφής, επισκευής, συντήρησης

και εγγύησης και

γ) την ιδιότητα, τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα και τα δικαιώματα του διαφημιζόμενου, όπως η ταυτότητα και η περιουσία του, οι ικανότητες και τα δικαιώματα βιομηχανικής, εμπορικής ή πνευματικής ιδιοκτησίας, τα βραβεία και οι διακρίσεις του.

2. Παραπλανητική λογίζεται και κάθε διαφήμιση, όταν:

α) η πειστικότητα της βασίζεται στη μαρτυρία προσώπων στα οποία αποδίδεται ανύπαρκτη επιστημονική ιδιότητα, ειδικότητα ή αυθεντία.

β) εμφανίζεται με τη μορφή δημοσιογραφικής έρευνας, σχολίου ή επιστημονικής ανακοίνωσης, χωρίς να δηλώνεται ρητά ή κατά τρόπο ευδιάκριτο ότι πρόκειται για διαφήμιση, ή

γ) περιέχει επιστημονικούς όρους ή ιδιωτισμούς, αποτελέσματα ερευνών ή περιχοπές κειμένων επιστημονικού ή τεχνικού χαρακτήρα με σκοπό να προσδώσει στη διαφημιστική ανακοίνωση μια επιστημονική βάση που δεν ανταποκρίνεται στην πραγματικότητα.

## Άρθρο 20 Αθέμιτη διαφήμιση

Αθέμιτη είναι ιδίως:

α) Κάθε έμμεση διαφήμιση, δηλαδή κάθε διαφήμιση που δεν προβάλλει ευθέως τις επιχειρήσεις ή τα προϊόντα που επιδιώκει να διαφημίσει, αλλά προβάλλει διαφορετικά στοιχεία, χωρίς η προβολή αυτή να αποτελεί νοηματικά αναπόσπαστο τμήμα του διαφημιστικού μηνύματος.

β) Καπηλεύεται εθνικά θέματα και προσωπικότητες, την εθνική πολιτική και πνευματική κληρονομιά, τη θρησκευτική παράδοση, τα εθνικά σύμβολα και τα σύμβολα της Ε.Ο.Κ. ή άλλων διεθνών οργανισμών.

γ) Κάθε διαφήμιση που διακρίνει μειωτικά κοινωνικές ομάδες με βάση το φύλο, τη φυλή, το θρήσκευμα, την εθνικότητα, τις πολιτικές πεποιθήσεις, την ηλικία, τις φυσικές ή διανοητικές ιδιαιτερότητες και γενικότερα προσβάλλει την ανθρωπινή αξιοπρέπεια.

δ) Έχει σκοπό ή είναι πρόσφορη να προκαλέσει ανησυχία ή φόβο ή να εκμεταλλευ-

τεί τα συναισθήματα αυτά ή τις προλήψεις ή την απειρία των καταναλωτών.

ε) Μπορεί να προκαλέσει ηθική, πνευματική ή ψυχική φθορά στα παιδιά ή να τα παρασύρει σε επικίνδυνα για τα ίδια ή για το κοινωνικό σύνολο συμπεριφορά.

στ) Προκαλεί υπερβολικό δελεασμό προς αγορά και εκμεταλλεύεται κατά τρόπο ανόμοιο την τάση του κοινού για τυχερά παιχνίδια και εύκολο κέρδος.

ζ) Αποσκοπεί ή έχει ως αποτέλεσμα τη μείωση του ανταγωνιστή, της καλής του φήμης ή των προϊόντων του, χρησιμοποιώντας ψευδείς ή συκοφαντικές δηλώσεις.

η) Επικαλείται στοιχεία υπεροχής του διαφημιζόμενου προϊόντος σε σχέση με άλλα ομοειδή, ενώ τα στοιχεία αυτά δεν είναι ουσιώδη ή δεκτικά σύγκρισης ή απόδειξης.

θ) Προκαλεί στην αγορά σύγχυση μεταξύ του διαφημιζόμενου και ανταγωνιστή του ή μεταξύ των προϊόντων ή των υπηρεσιών του διαφημιζόμενου και εκείνων του ανταγωνιστή του.

## Άρθρο 21 Δικαστική προστασία, εκούσιος έλεγχος

1. Απαγορεύεται η παραπλανητική και αθέμιτη διαφήμιση. Με αγωγή οποιουδήποτε έχει έννομο συμφέρον το αρμόδιο δικαστήριο διατάσσει την παύση της παραπλανητικής και αθέμιτης διαφήμισης και την παράλειψή της στο μέλλον. Επίσης μπορεί να απαγορεύσει την παραπλανητική και αθέμιτη διαφήμιση σε περίπτωση που αυτή δεν έχει ακόμη περιέλθει σε γνώση του κοινού, επίκειται όμως η δημοσίευσή της. Σε κάθε περίπτωση η παραπάνω δικαστική απαγόρευση χωρεί και αν δεν αποδεικνύεται ζημία ή πραγματική βλάβη ούτε δόλος ή αμέλεια εκ μέρους του διαφημιζόμενου.

2. Για να εξαιρεθθούν τα συνεχιζόμενα αποτελέσματα της παραπλανητικής και αθέμιτης διαφήμισης το αρμόδιο δικαστήριο δύναται, εφ' όσον έχει διαταχθεί με οριστική απόφαση παύση της διαφήμισης αυτής:

α) Να διατάξει δημοσίευση της απόφασής του ή αποσπασμάτων της και με τον τρόπο που θεωρεί αναγκαίο.

β) Να διατάξει επί πλέον τη δημοσίευση αντίστοιχης διορθωτικής διαφήμισης.

3. Δεν αποκλείεται ο εκούσιος έλεγχος της παραπλανητικής και αθέμιτης διαφήμισης από αυτόνομους οργανισμούς. Δεν αποκλείεται επίσης η προσφυγή προσώπων ή οργανώσεων σε οργανισμούς αυτού του είδους, εφ' όσον υπάρχουν και άλλες διαδικασίες που μπορούν να κινηθούν ενώπιόν τους, εκτός των δικαστικών διαδικασιών, οι οποίες αναφέρονται στο παρόν άρθρο.

4. Απαγορεύεται η τηλεοπτική μετάδοση διαφημιστικών μηνυμάτων για τα παιδικά παιχνίδια προ της 23ης ώρας, καθώς και η προβολή πριν, κατά τη διάρκεια και μετά από τις παιδικές εκπομπές σκηνών από τα τηλεοπτικά έργα που δύνανται να επιδράσουν δυσμενώς στο χαρακτήρα και στη συμπεριφορά των μικρών τηλεθεατών.

Οι διατάξεις των προηγούμενων παραγράφων ισχύουν και στην προκειμένη περίπτωση.

**ΒΙΟΓΡΑΦΙΚΟ:**

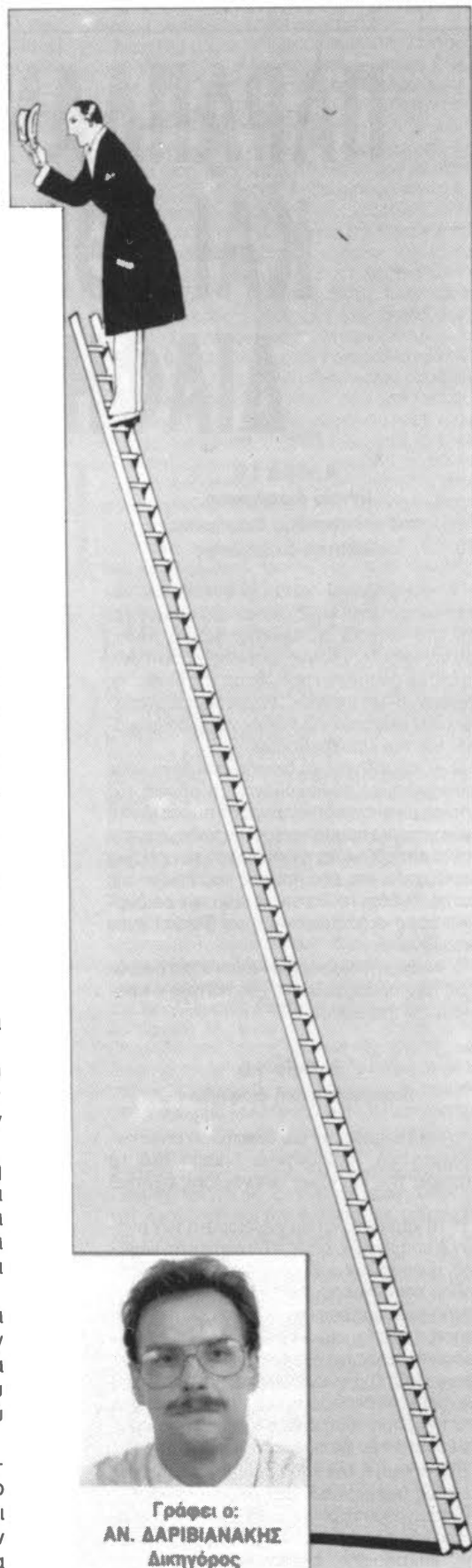
**ΜΟΡΦΩΣΗ:** Πτυχίο μαθηματικού, Πανεπιστημίου Αθηνών, μεταπτυχιακό πτυχίο μάστερ στην επιχειρησιακή έρευνα από το Cranfield Institute της Αγγλίας. Δίπλωμα στη διαφήμιση από το Cam.

**ΠΡΟΫΠΗΡΕΣΙΑ:** 1979-1981 Δ/ντης τμήματος μέσω στην Lintas: Athens 1981-1991: Δ/ντης υπηρεσιών media και μέλος διοικητικού συμβουλίου στην Spot/Thompson

1991 - ΣΗΜΕΡΑ: Διευθύνων σύμβουλος στην Initiative Media Athens

**ΑΛΛΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ:** Γενικός γραμματέας της διοικούσας επιτροπής του ελληνικού ινστιτούτου μάρκετινγκ, μέλος της ΕΕΔΕ, μέλος της ESOMAR, Επισκέπτης καθηγητής σε διάφορα κολέγια και πανεπιστήμια.

# Ασφαλιστική εταιρία και πελατεία θεσμός οικονομικός - νομικός και ανθρώπινος...



Ας κάνουμε λοιπόν γνωστό στον πρώτο μας άνθρωπο, τον πραγματικά ΠΡΩΤΟ σε μια ασφαλιστική εταιρία, δηλαδή τον ασφαλιστικό σύμβουλο, ότι για το δίκαιο και για μας τους νομικούς που το υπηρετούμε, η πελατεία θεωρείται και είναι το πιο σημαντικό από τα στοιχεία της επιχείρησης. Χωρίς αυτό, εταιρία δεν υπάρχει, είναι δε, το βασικότερο απ' αυτά που ονομάζουμε «ασώματα» στοιχεία της εταιρίας.

Αν δεχτούμε την «Ειρήνη», σαν ένα αλλιώτικο όπλο για τις εταιρίες, λογικά προκύπτει το ερώτημα: τι και ποιους καλείται να υπερασπίσει αυτό; Η μόνη απάντηση είναι: μα φυσικά τον άνθρωπο, τη ζωή. Τον άνθρωπο που δίνει και παίρνει ζωή σε μια επιχείρηση, την ίδια της την ψυχή δηλαδή: αλλά και το ΔΕΥΤΕΡΟ άνθρωπο, τον ΠΕΛΑΤΗ, που για χάρη των αναγκών του, υπάρχει ο ΠΡΩΤΟΣ.

Ας κάνουμε λοιπόν μαζί ένα οδοιπορικό αναγνώρισης του πελάτη, μία μικρή - απλή θεωρητική διαδρομή, για να νιώσουμε καλύτερα το δεσμό που ενώνει μια εταιρία με την πελατεία της: και για να έχουμε ολοκληρωτική επιτυχία στο διάβα μας, ας μη δεχτούμε το δεσμό αυτό μόνο σαν οικονομικό με φύση —κατά συνέπεια— νομική, αλλά ας προσπαθήσουμε —όπως πρώτιστα οφείλουμε— να τον δούμε και ως δεσμό ανθρώπινο.

Στην αναζήτησή μας αυτή, του ΤΙ δηλαδή πρέπει να σημαίνει ο πελάτης για την εταιρία —ειδικά για την ασφαλιστική— η κάθε προσπάθεια εξήγησης των νομικών δεδομένων που στοιχειοθετούν την έννοια και φύση της πελατείας θα συνοδεύεται από μία δεύτερη, την πιο ουσιαστική: την προσπάθεια δηλαδή που θα έχει να κάνει με τη συναρμολόγηση όλων των κομματιών αυτού του «ιερού παζλ» που λέγεται οντότητα ανθρώπινη άρα: ανάγκη, απαίτηση, προσφορά...

Ας κάνουμε λοιπόν γνωστό στον πρώτο μας άνθρωπο, τον πραγματικά ΠΡΩΤΟ σε μια ασφαλιστική εταιρία, δηλαδή τον ασφαλιστικό σύμβουλο, ότι για το δίκαιο και για μας τους νομικούς που το υπηρετούμε, η πελατεία θεωρείται και είναι το πιο σημαντικό από τα στοιχεία της επιχείρησης. Χωρίς αυτό, εταιρία δεν υπάρχει, είναι δε, το βασικότερο απ' αυτά που ονομάζουμε «ασώματα» στοιχεία

της εταιρίας.

Πολλοί δεν κρύβουν —αγωνιζόμενοι και στο στίβο της θεωρίας της Νομικής Επιστήμης— πως «όλα τα δικαιώματα στα άυλα αγαθά είναι σε τελική ανάλυση δικαιώματα επί της πελατείας.»<sup>1</sup>

Σήμερα, νομοθεσία και νομολογία βαδίζουν στην αναγνώριση του περιουσιακού χαρακτήρα της πελατείας και μπαίνει το ζήτημα του αν είναι μεταβιβάσιμη η πελατεία, αφού απ' όλους αναγνωρίζεται ότι έχει το χαρακτήρα αγαθού.

Στην απόπειρά μου να δώσω **ορισμό** του τι είναι πελατεία, μπορώ να πω, ό,τι βλέπω: εκείνα τα πρόσωπα που από μια ή περισσότερες επιχειρήσεις δικής τους επιλογής, ζητούν κάλυψη των, ποικίλης φύσης, αναγκών τους.

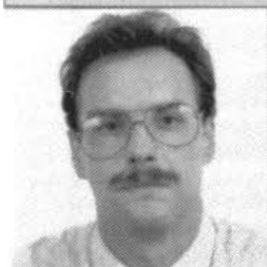
Κι αν σκεφτούμε, πόσο δύσκολο είναι να δώσουμε έναν ορισμό επιστημονικό και απλό συνάμα, σε μία νομική - οικονομική έννοια, θα πρέπει ν' αναλογιστούμε ότι: καταρχήν δίνει την εντύπωση ακατόρθωτου, το να μάθουμε ποιος είναι ο άνθρωπος που έχουμε απέναντί μας, ο οποίος μας ζητεί κάλυψη αναγκών ζωής: ποιος είναι ή ποιος πρέπει να είναι ο πελάτης μας και ποιες οι πραγματικές τωρινές και μελλοντικές του ανάγκες.

Επομένως, το να κάνω μία λέξη, γενική και αόριστη, με πέντε καθημερινά λόγια, έννοια συγκεκριμένη και γι' αυτό κατανοητή, είναι κάτι που κατακτάται καμιά φορά έστω και μόνο με τις γνώμες -θεωρίες, και μόνο με τη γνώση μας, που ας μη μας διαφεύγει ότι πάντα θα είναι ημιτελής...

Όμως το να κατανοήσει πλήρως ο ασφαλιστικός σύμβουλος —και μάλιστα από πριν— τις ανάγκες κάλυψης κάποιου, τον οποίο τις περισσότερες φορές δεν γνωρίζει, είναι απλά όχι μόνο κάτι δύσκολο, είναι με μία λέξη ΠΡΟΚΛΗΣΗ. Σημαίνει όχι απαραίτητα λεπτομέρειες οικονομικών ή νομικών κανόνων, αλλά γνώση, τόλμη, φαντασία, και πάνω απ' όλα αγάπη για τον άνθρωπο και μετά για τις λέξεις και τα νούμερα.

Ο καλός ορισμός, είναι φυσικά επακόλουθο καλής πρακτικής εξάσκησης και ο καλός ασφαλιστής είναι πρώτιστα καλός γνώστης της πράξης και της παράλειψης των ανθρώπων, των προσωπικοτήτων τους άρα και των δυνατοτήτων, των πόθων και των φόβων τους.

Αυτό, συμβαίνει πολύ φυσικά, όπως όταν ανεβαίνουμε τη σκάλα του σπιτιού μας, που επειδή ακριβώς την έχουμε ανέβει και στο παρελθόν, δεν μας αποσπά ιδιαίτερα την προσοχή, μέχρι που φθά-



Γράφει ο: **ΑΝ. ΔΑΡΙΒΙΑΝΑΚΗΣ** Δικηγόρος

*P. Roubier, Droits intellectuels ou Droits de clientèle, Rev. trim. dr. civ. 1935, σελ. 251 επ.*

νουμε καμιά φορά, στο τέλος αφηρημένοι...

Όταν λοιπόν, φέρει ο ασφαλιστής, στη θέση του μέλλοντος πελάτη του, τον εαυτό του και αντίστροφα, ξεκινάει ένα ανέβασμα, ώστε να κατορθώσουμε να κάνουμε διάλογο στην κυριολεξία, δηλαδή με δύο ανθρώπους. Αν ο ασφαλιστής δεν ταξινομήσει: τα ερωτήματα, τους φόβους, τις ανάγκες, την οικονομική δυνατότητα, αν δεν ενδιαφερθεί να είναι προετοιμασμένο το «δίνω», του, απέναντι σε ένα από καιρό έτοιμο «θέλω» του πελάτη, τότε η επιτυχία, του να γίνει ένας συνάνθρωπός μας πελάτης μας, δεν είναι σίγουρη.

Συνεχίζοντας να ψηλαφίζουμε, έναν - έναν τους κρίκους της νοητής αλυσίδας που δημιουργεί το δεσμό εταιρίας - πελατείας, φθάνουμε σ' ένα περίεργο, περίεργο με την έννοια ότι έχει σχήμα ερωτηματικού: έχει διακρίσεις η πελατεία; Αν ναι, ποια πελατεία πρέπει να προτιμήσουμε, ποια πρέπει ν' αναβαθμίσουμε, σε ποιο επίπεδο πρέπει να την ανεβάσουμε, ανεβαίνοντας κι εμείς μαζί της;

Η Γαλλική επιστήμη και νομοθεσία (Loi du 17 mars 1909, art. 1<sup>er</sup>, al2, art.9, al.1<sup>er</sup>.) διακρίνει σε **clientèle** και **achalandage** «**Κυρίως πελατεία**» και «**συμπωματική**». Έχει υποστηριχθεί, ότι η έννοια της «συμπωματικής» ή τυχαίας πελατείας περιλαμβάνει τις σχέσεις μεταξύ **εταιρίας και κοινού**, ή σημαίνει τον «αέρα» και την ανοδική - καλή προοπτική πορείας (goodwill) της εταιρίας ή αφορά την «περαστική - ασταθή» πελατεία την οποία απαρτίζουν οι «Chalunds» οι περιστασιακοί πελάτες, **ενώ: Κυρίως πελατεία** σημαίνει το σταθερό, το μόνιμο, σημαίνει υψηλό ποσοστό σιγουριάς. Όμως, εκτός από την προτίμησή μας, στο ν' ανήκει η πελατεία μας στην «Κυρίως πελατεία», πρέπει να επιδιώκουμε η τελευταία να 'ναι και «προσωπική» με όλη τη σημασία της έννοιας αυτής.

Όταν λοιπόν ακόμη και το διαστακτικό - περιστασιακό πελάτη, τον προσέξουμε, τον ενημερώσουμε, όντας πρώτοι εμείς, σαφείς, ειλικρινείς και προνοητικοί, θα τον ανεβάσουμε στο επίπεδο της Clientèle, κι' εμείς θα 'χουμε ανέβει ένα σκαλοπάτι ακόμη της προσωπικής μας προόδου, άρα επιτυχίας και ευτυχίας.

Όλα τα παραπάνω, θα τα κερδίσουμε, όταν συνεχώς έχουμε εμπρός μας την «εικόνα» και την «ουσία της» την εταιρία δηλαδή και τον οργανισμό της —ασώματα κι ενώματα— από τη μια, και την πελατεία μας από την άλλη. Είναι νομοτέλεια πλέον, ότι ουσία της κάθε επιχείρησης είναι η πελατεία της, και αυτή αφού πραγματοποιεί την επιχειρηματική ιδέα και ανυψώνει την αξία της εταιρίας, αποτελεί την **υπεραξία**, κατά συνέπεια το κυριότερο στοιχείο αυτής.

Κι ο κύκλος της προσπάθειά μου, να

εξηγήσω λιτά, μα επιστημονικά, τη φύση του δεσμού ασφαλιστικής εταιρίας - πελατείας ως δεσμού: ανθρώπινου - νομικού - οικονομικού, πρέπει να κλείσει με μια μικρή αναφορά στην προστασία του δεσμού αυτού:

**Α.** Το άρθρο 914 του Αστικού μας Κώδικα, παρέχει καταρχήν προστασία στο έννομο αγαθό της πελατείας: η διάταξη αυτή μιλά γενικά για την «Αδικοπραξία». Έτσι η αθέμιτη προσβολή της πελατείας μπορεί ν' αποτελέσει τη βάση προστασίας του εννόμου αυτού αγαθού, βάση των διατάξεων του δικαίου των αδικοπραξιών, εφόσον συντρέχουν και οι υπόλοιπες προϋποθέσεις του 914 Α.Κ, δηλαδή, υπαιτιότητα, ζημία και μεταξύ αυτών αιτιώδης συνάφεια.

**Β.** Ο νομος 146/1914 «περί αθέμιτου ανταγωνισμού» ακόμη, προστατεύει την πελατεία.

Σημασία μεγάλη έχει, να αναφέρουμε την απαγορευτική ρήτρα του άρθρου 1 του ν. 146/1914, διότι: πράξεις που τείνουν στην προσέλκυση πελατείας και που υπάγονται στην άνω γενική ρήτρα, είναι ιδίως η παραπλάνηση του πελάτη, η φορτική διαφήμιση, η εκμετάλλευση της κλίσης του κοινού προς τα παίγνια και η χορήγηση δώρων σημαντικής αξίας (σχετικές διατάξεις: άρθρα 3-7 του Ν. 146/1914).

**Γ.** Η πελατεία μπορεί να προστατευθεί και από το άρθρο 57 Α.Κ, ένα άρθρο που ομιλεί για την καθιέρωση της προστασίας του δικαιώματος του ατόμου προς το σεβασμό της ανθρώπινης αξιοπρέπειας και ανάπτυξης της προσωπικότητάς του.

**Δ.** Το 920 Α.Κ και το 919 Α.Κ, κάνουν λόγο για: διαδόσεις δυσφημιστικές, που βάζουν σε κίνδυνο την πίστη, το μέλλον ή το επάγγελμα του ζημιούμενου προσώπου, η εξύβριση και οι μειωτικές αξιολογικές κρίσεις, οι οποίες κατά τις αντιλήψεις που έχουν επικρατήσει στο σχετικό κλάδο εμπορίας ή βιομηχανίας, θεωρούνται ότι προσβάλλουν τα χρηστά ήθη.

Από όλες αυτές τις προσβολές προκύπτουν αξιώσεις που κυρίως αφορούν την αποκατάσταση της προξενθείσης ζημίας, η ηθική ικανοποίηση και η παράλειψη της προσβολής στο μέλλον.

**Κλείνοντας εδώ, το μικρό μας κύκλο, θεωρώ άξια αναφοράς μία συμπουλή, που έχει ζηήσει και αποδώσει: μέσα από τη ζωή των ανθρώπων για τους ανθρώπους: σωστή πράξη σημαίνει καλή θεωρητική κατάρτιση, και ορθή γνώση σημαίνει και λάθη και δοκιμασμένη - επιτυχημένη πράξη, και όλα αυτά μας δείχνουν την ΕΛΠΙΔΑ.**

Την ελπίδα που ξεκινά από την πεποίθηση ότι αυτό που μας αρκεί σήμερα, θα 'ναι «μικρό» για το αύριο...

Ώστε το μέλλον να γίνει μεγάλο για όλους

Τι πρέπει να ξερω;  
Τι πρέπει να κανω;

# Χοληστερίνη και Υγεία

*Η χοληστερίνη είναι ένα από τα φυσιολογικά συστατικά του αίματός μας. Η αυξημένη όμως ποσότητά της, (όπως και το κάπνισμα και η αυξημένη αρτηριακή πίεση), ευνοεί την ανάπτυξη της πάθησης εκείνης των αρτηριών μας, που οδηγεί σε καρδιακά και εγκεφαλικά επεισόδια.*

## Γράφει ο:

**Καρδιολόγος ΝΙΚΟΣ Β. ΚΑΡΑΤΖΑΣ**

Ποια είναι η σημασία της αυξημένης χοληστερίνης; Η χοληστερίνη είναι ένα από τα φυσιολογικά συστατικά του αίματός μας. Η αυξημένη όμως ποσότητά της, (όπως το κάπνισμα και η αυξημένη αρτηριακή πίεση), ευνοεί την ανάπτυξη της πάθησης εκείνης των αρτηριών μας, που οδηγεί σε καρδιακά και εγκεφαλικά επεισόδια. Πολλά άτομα έχουν την προδιάθεση να έχουν αυξημένη χοληστερίνη στο αίμα τους, που ούτε γίνεται αισθητό και ούτε προκαλεί καμιά ενόχληση, αλλά σιγά - σιγά γίνεται άθροιση της χοληστερίνης στις αρτηρίες.

## Τι είναι αρτηριοσκλήρωση;

Πολλές αρτηρίες του σώματός μας παθαίνουν με τα χρόνια σκλήρυνση και παρουσιάζουν ανωμαλίες στο τοίχωμά τους, από την άθροιση κρυσταλλομένης χοληστερίνης.

Η πάθηση αυτή είναι πολύ συχνή αλλά δεν εκδηλώνεται μέχρι να προχωρήσει αρκετά και να προκαλέσει φράξιμο σε κάποια καιρία αρτηρία. Συνήθως μεσολαβεί πάνω από δύο δεκαετίες, για να εξελιχθεί μέχρι να εξελιχθεί το σημείο αυτό.

## Γιατί τόσοσ λόγος τελευταία για τη χοληστερίνη;

Έχει αποδειχθεί ότι αν μειωθεί η αυξημένη χοληστερίνη στο αίμα μας και η μείωση αυτή διατηρηθεί, τότε επιβραδύνεται η εξέλιξη της αρτηριοσκλήρωσης και προλαβαίνονται πολλά καρδιακά και εγκεφαλικά επεισόδια.

## Πως διαπιστώνεται η αύξηση της χοληστερίνης;

Η διαπίστωση γίνεται εύκολα με τη μέτρηση της χοληστερίνης σε μικρή ποσότητα αίματος που παίρνουμε από τη φλέβα. Δεν χρειάζεται να έχει προηγηθεί νηστεία. Εάν η μέτρηση γίνει σωστά στο εργαστήριο, φθάνει μια μέτρηση. Επειδή όμως το ποσό της χοληστερίνης στο αίμα μας (όπως σχεδόν όλα τα συστατικά του), παρουσιάζει διακυμάνσεις καλό είναι να

διασταυρωθεί το αποτέλεσμα, με επανάληψη της μέτρησης. Επίσης η χοληστερίνη στο αίμα μας αυξάνει με την ηλικία. Εάν ένα άτομο έχει πραγματικά χαμηλές τιμές, δεν χρειάζεται να μετρά τη χοληστερίνη του παρά μόνο κάθε 4-5 χρόνια. Εάν όμως έχει μέτριες τιμές, θα πρέπει να τη μετράει κάθε 2-3 χρόνια. Άτομα με αυξημένη χοληστερίνη, πρέπει να βασίζονται στις συμβουλές του γιατρού τους.

## Μόνο τη χοληστερίνη χρειάζεται να μετράμε;

Εάν η χοληστερίνη είναι χαμηλή, κάτω από 220 mg% δεν χρειάζεται άλλη μέτρηση. Εάν όμως είναι περισσότερη, τότε πρέπει να μετρηθούν τα τριγλυκερίδια, μετά από νηστεία 12 ωρών και η χοληστερίνη HDL. Ο προσδιορισμός των ολικών λιπιδίων, δεν βοηθάει στην περίπτωση αυτή.

Η χοληστερίνη είναι μια λιπαρή ουσία που δεν διαλύεται στο αίμα και γι' αυτό χρειάζεται το μόριό της να συνδεθεί με πρωτεΐνες και να γίνει γαλάκτωμα. Ανάλογα με την πρωτεΐνη που συνδέεται έχουμε στο αίμα μας τριών ειδών χοληστερίνες, γνωστές με τα αρχικά HDL, HDL, VLDL. Η χοληστερίνη που βλάπτει το τοίχωμα των αρτηριών είναι η LDL, ενώ η HDL όχι μόνο δε βλάπτει αλλά προστατεύει τις αρτηρίες από την LDL χοληστερίνη βρίσκεται στα τριγλυκερίδια σε αναλογία 1/5 και δεν της αποδίδουμε μεγάλη ευθύνη.

## Ποιες είναι οι φυσιολογικές τιμές χοληστερίνης;

Δεν πρέπει να μιλάμε για φυσιολογικές και παθολογικές τιμές αφού όσο πιο χαμηλή η χοληστερίνη, τόσο καλύτερα. Ωστόσο είναι καλύτερα η ολική χοληστερίνη να μην είναι πάνω από 220 mg% και η χοληστερίνη LDL πάνω από 170 mg %.

Όταν η ολική χοληστερίνη είναι πάνω από 260 mg% και η χοληστερίνη LDL πάνω από 190 mg%, είναι απαραίτητο να παρθούν μέτρα για τη μείωσή τους.

## Από τι εξαρτάται η χοληστερίνη του αίματος;

Την καθορίζει κυρίως η προδιάθεση του οργανισμού αλλά και σε ένα σημαντικό ποσοστό εξαρτάται από τη διαίτα του ατό-

μου. Το ποσοστό αυτό είναι περίπου 20%, και τις περισσότερες φορές είναι καθοριστικό. Π.χ. εάν ένα άτομο έχει χοληστερίνη 300 mg% και διορθώσει τη διαίτα του, μπορεί να μειωθεί στα 240 mg% που είναι ανεκτό επίπεδο και μειώνει τον κίνδυνο καρδιαγγειακών επεισοδίων κατά 50%.

## Με ποιο τρόπο μειώνεται η χοληστερίνη;

Η χοληστερίνη θα μειωθεί με την αλλαγή της διατροφής, δηλαδή την κατάλληλη διαίτα. Ο τρόπος αυτός είναι στη πλειοψηφία των περιπτώσεων αρκετός. Μόνο εάν η χοληστερίνη είναι πολύ υψηλή και η μείωση με τη διαίτα δεν είναι αρκετή, μπορεί ο γιατρός να αποφασίσει να χορηγήσει κατάλληλα φάρμακα, που πρέπει όμως να παίρνονται συνεχώς.

## Ποιά είναι η διαίτα που μειώνει τη χοληστερίνη

Είναι η σύνθεση των τροφών του 24ώρου που αποκλείει τρόφιμα πλούσια σε χοληστερίνη και πλούσια σε ζωικά λίπη και στη θέση τους περιλαμβάνει φυτικά λίπη (λάδι) και φυτικές τροφές γενικά. Με τον τρόπο αυτό μειώνονται τα κορεσμένα λίπη και αυξάνονται τα ακόρεστα λίπη.

## Ποιά είναι τα κορεσμένα λίπη;

Είναι το λίπος κάθε είδους κρέατος και το βούτυρο του γάλακτος, καθώς επίσης τα υδρογονωμένα λάδια, δηλαδή οι μαργαρίνες. Από τα φυτικά λίπη είναι κορεσμένα το βούτυρο της σοκολάτας (κακάο) και της καρύδας.

## Ποιά είναι τα ακόρεστα λίπη;

Τα περισσότερα φυτικά δηλαδή τα λάδια. Το ελαιόλαδο περιέχει κυρίως το μονοακόρεστο ελαϊκό οξύ και το καλαμποκέλαιο και άλλα σπορέλαια το πολυακόρεστο λινολεϊκό οξύ. Ακόρεστα επίσης είναι τα ψαρέλαια.

## Πού βρίσκεται η χοληστερίνη;

Σε μεγάλες ποσότητες στο κρόκο του αυγού και στα εντόσθια π.χ. συκώτι και στα όστρακα θαλασσινά. Σε μικρότερες ποσότητες σε όλα τα κρέατα. Στο άσπρο κρέας, όπως το στήθος του κοτόπουλου, υπάρ-



## Περιεκτικότητα τροφών σε κορεσμένα λίπη.

Τα κρέατα έχουν πάντα λίπος και πρέπει να προτιμούμε τα άπαχα. Διαλέγουμε ισχνό μοσχάρι, αρνί ή χοιρινό. Τα αλλαντικά περιέχουν πάντα άφθονο λίπος και γι' αυτό τα αποφεύγουμε. Το κοτόπουλο και η γαλοπούλα έχουν πολύ λίγο λίπος. Το ψάρι έχει ελάχιστο λίπος και ακόρεστα ψαρέλαια που είναι ευεργετικά. Όλα τα γαλακτικά προϊόντα περιέχουν κορεσμένα λίπη, εκτός από εκείνα που παρασκευάζονται από αποβουτυρωμένο γάλα. Το βούτυρο γάλακτος, η σαντιγύ, τα τυριά, το παγωτό, οι κρέμες κ.ά. περιέχουν κορεσμένα λίπη. Υπάρχει αποβουτυρωμένο γάλα σε σκόνη ή νωπό, γιαούρτι αποβουτυρωμένο γάλα (με λιπαρά 0%). Υπάρχουν τυριά με λίγα λιπαρά και η αποβουτυρωμένη μυζήθρα (ανθότυρο).

## Ιδέες για το μαγείρεμα του κρέατος.

Τρόποι για να ελαττώσετε το λίπος του κρέατος.

Ψήστε το κρέας πάνω σε σχάρα, στο γκριλλ ή στο φούρνο και για να το υγραίνετε αντί για βούτυρο ή λίπος, χρησιμοποιήστε κρασί ή ντομάτα ή λεμόνι ή αλείψτε το με μουστάρδα.

Για κρέας κατασάρλας, βραστό κ.λπ. μαγειρέψτε το τη προηγουμένη και βάλτε το στο ψυγείο. Αφαιρέστε το πάχος που θα έχει στερεοποιηθεί.

Για να φτιάξετε σάλτσα για το κρέας, αφήστε το ζωμό να κρυώσει, ώστε να στερεοποιηθεί το λίπος, το οποίο μετά αφαιρείτε.

Μπιφτέκια, μπριζόλες κ.λπ. ψήστε στο γκριλλ και όχι στο τηγάνι.

Αντί να τσιγαρίσετε το κρέας στη κατασάρλα, βάλτε το για λίγο κάτω από το γκριλλ.

## Τι πρέπει να αποφεύγετε;

Οποιοδήποτε είδος κρέατος με πάχος, κεφτέ ή μπιφτέκι από κιμά με πάχος, μπέικον, αλλαντικά, λουχάνικα ή κρέατα σε κονσέρβα.

Πέτσες πουλερικών, πάπια, χήνα.

Τα εντόσθια περιέχουν πολύ υψηλό ποσοστό χοληστερίνης. Επειδή όμως το συκώτι περιέχει πολλές βιταμίνες και σίδηρο, μπορείτε να πάρετε 100 γρ. αντί κρέατος μια φορά την εβδομάδα.

Αβγοτάραχο, ταρμά, χαβιάρι.

Κρόκους αυγού. Περιορίστε τους σε 3 την εβδομάδα, συμπεριλαμβανομένων και εκείνων που θα περιέχονται στις άλλες τροφές που θα πάρετε (κέικς, γλυκίσματα κ.λπ.).

Μη αποβουτυρωμένο γάλα και τα προϊόντα του: Γάλα-σοκολάτα, γάλα κονσέρβας μη αποβουτυρωμένο βούτυρο.

Τα λίπη γενικά, βούτυρο, λαρδί, αλλα-

ντικά, πάχος οιοδήποτε είδους κρέατος.

Ψωμιά, μπισκότα, κέικς, κράκερ κ.λπ. κατασκευασμένα με αβγό και γάλα.

Καρύδες και γάλα καρύδας, έτοιμα κέικς, μπισκότα, τούρτες, πουτίγκες, παγωτό, τσιπς.

## Τι μπορείτε να καναλώνετε;

Λαχανικά, όσπρια, φρούτα, δημητριακά. Ψάρια άφθονα.

Κοτόπουλο άπαχο χωρίς πέτσα.

Ισχνό μοσχάρι, αρνί ή χοιρινό, μια μερίδα των 80 γραμμαρίων, (μαγειρεμένο) μέχρι τρεις φορές την εβδομάδα.

Αβγά μέχρι 2 κρόκους την εβδομάδα. Το ασπράδι ελεύθερα.

Όλα τα μπαχαρικά.

Μουστάρδα, ξίδι.

Γλυκά που δεν περιέχουν αβγά ή βούτυρο.

Μαρμελάδες, μέλι.

## Τα οινόπνευματώδη επιτρέπονται;

Μόνο σε μικρές ποσότητες μέχρι τρία ποτά τη μέρα που αντιστοιχούν σε 40 κ.ε. καθαρό οινόπνευμα. Τρία ποτήρια κρασί ή τρία ποτά μεγέθους μπαρ.

## Οι ζάχαρες και οι αμυλούχες τροφές επιτρέπονται;

Δεν αυξάνουν τη χοληστερίνη, αν και μπορεί να αυξήσουν τα τριγλυκερίδια. Ωστόσο αντί για ζαχαρούχες (γλυκά) και αμυλούχες (από αλεύρι) τροφές, συνιστούμε φρούτα, όσπρια και λαχανικά που περιέχουν διαφορετικής σύνθεσης ζάχαρα και υδατάνθρακες, όπως πεκτίνες (ζελέ) που μπορεί να μειώνουν τη χοληστερίνη, χωρίς να αυξάνουν τα τριγλυκερίδια. Οι τροφές αυτές είναι επίσης ευεργετικές για τη λειτουργία του πεπτικού συστήματος.

## Προσοχή όταν υπάρχει παχυσαρκία

Εάν πρέπει να αδυνατίσετε, πρέπει να πάρετε ειδική διαίτα με μετρημένες ποσότητες για κάθε φαγητό. Στη διαίτα αυτή θα περιορισθεί η ποσότητα του λαδιού και οι ζαχαρούχες και αμυλούχες τροφές δραστηκά.

## Ο τρόπος του μαγειρέματος έχει σημασία;

Σημασία έχει η σύνθεση της τροφής και όχι το μαγείρεμα. Ωστόσο συνιστούμε να αποφεύγονται τα τηγανητά και να μη παραβράζονται τα λαχανικά. Για να γίνεται το φαγητό γευστικό, μπορεί να χρησιμοποιηθούν όλων των ειδών τα μυρωδικά και μπαχαρικά όπως ρίγανη, δυόσμος, βασιλικός, δενδρολίβανο, ματζουράνα, μουστάρδα, κάρυ κ.λπ. Επίσης μπορεί να γίνουν σάλτσες με βάση το λάδι, λεμόνι, ξίδι, κρασί κ.α.

Υπάρχουν σήμερα εκατοντάδες γευστικές συνταγές που ταιριάζουν στις παραπάνω συστάσεις.

# Η διαδικασία του Underwriting και ο ρόλος του ασφαλιστή

*Η διαδικασία του Underwriting έχει σκοπό να προωθεί μάλλον παρά να εμποδίζει την ανάπτυξη των πωλήσεων.*

**Γράφει η ΕΦΗ ΜΗΤΣΑΚΑΚΗ  
Δ/ντρια Underwriting και  
Εκδόσεων της CONTINENTAL**

Στις ασφαλίσσεις ζωής και στις ασφαλίσσεις προσώπων γενικότερα, οι ασφαλισμοί κίνδυνοι έχουν να κάνουν με τα ενδεχόμενα που έχουν σχέση κυρίως με τη φυσική υπόσταση του ατόμου, αλλά κι με συναφή περιστατικά που προκαλούν οικονομικές ζημιές.

Η ανάληψη του κινδύνου γίνεται από ειδικευμένα άτομα της Εταιρίας που λέγονται Underwriters. Ο Underwriter είναι εκείνος που ελέγχει την ασφαλισιμότητα του υποψήφιου ατόμου για ασφάλιση.

Εκείνο το σημείο που θα εξετάσουμε είναι ποιές είναι οι υπευθυνότητες, ο ρόλος και οι διαδικασίες του τμήματος Underwriting σε μια ασφαλιστική επιχείρηση.

Για να θεωρηθεί ένας κίνδυνος ασφαλισιμότητας θα πρέπει να είναι κοστολογισιμότητας. Δηλαδή να υπάρχει αξιόπιστη στατιστική βάση για τον υπολογισμό του ασφαλισιμότητας.

Στα πρώτα χρόνια της ασφαλιστικής βιομηχανίας η πρόβλεψη της θνησιμότητας βασιζόταν σε υποθετικές ή τυχαίες παρατηρήσεις. Σήμερα υπάρχει μια μεγάλη σειρά πληροφοριών πάνω στην πρόβλεψη της θνησιμότητας και διατίθεται ένας μεγάλος αριθμός πινάκων θνησιμότητας. Βασίζόμενος στους πίνακες αυτούς ο underwriter έχει ακόμα τον πρώτο λόγο για την αποδοχή ή μη της ασφάλισης ενός ατόμου. Υπάρχουν φυσικά κάποια standards δεδομένα τα οποία βοηθούν τον underwriter στο να διαμορφώσει κάποια άποψη όσον αφορά στην ασφαλισιμότητα ενός ατόμου.

Καταρχήν θα πρέπει να έχει τη βεβαιότητα ότι οι κίνδυνοι τους οποίους έχει αποδεχθεί δεν θα επιφέρουν αρνητικό οικονομικό αποτέλεσμα στην Εταιρία το οποίο θα συμβεί, είτε από ένα μεγάλο αριθμό ζημιών, ο οποίος δεν προβλέφθηκε, είτε από ένα μεγάλο αριθμό ζημιών ο ο-



ποιός θα εμφανισθεί νωρίτερα από ό,τι έχει προβλέψει ότι θα συμβεί.

Μπορούμε να εντοπίσουμε τους στόχους του τμήματος Underwriting κυρίως στους παρακάτω:

1. Marketing. Η διαδικασία του underwriting έχει σκοπό να προωθεί μάλλον παρά να εμποδίζει την ανάπτυξη των πωλήσεων.

Όλοι καταλαβαίνουμε εδώ ότι η σωστή εκτίμηση του κινδύνου από πλευράς underwriting έχει σχέση με το θετικό αποτέλεσμα που θα εμφανίσει η εταιρία. Όντας οικονομικά εύρωστη, θα έχει την δυνατότητα να βελτιώνει διαρκώς τις παροχές της προς τους ασφαλισμένους με νέα και ανταγωνιστικά προϊόντα.

2. Να λειτουργεί αποτελεσματικά και με σχετικά μικρό διαχειριστικό κόστος για την Εταιρία.

3. Να αντιμετωπίζει αντικειμενικά και δίκαια τις περιπτώσεις ατόμων που εμπύπτουν και στον standard (συνήθη) κίνδυνο και στον βεβαρημένο κίνδυνο.

Θα πρέπει λοιπόν να έχει θέσει εκ των προτέρων συγκεκριμένους και ρεαλιστικούς όρους, οι οποίοι θα επιβάλλονται σε κάθε αιτούντα για ασφάλιση και ειδικότερα στις ομάδες εκείνες που ξεφεύγουν από τον standard κίνδυνο. Θα πρέπει επίσης να προσέξει να μην υπάρχει δυσμενής επιλογή εις βάρος της εταιρίας (αντεπιλογή).

Βέβαια η διαρκής φροντίδα του Underwriting σε μια ασφαλιστική εταιρία είναι να επιλέγει τα άτομα εκείνα των οποίων η θνησιμότητα εμπίπτει ή είναι αρκετά κοντά στα όρια των πινάκων θνησιμότητας που ακολουθεί.

Οι απαιτούμενες πληροφορίες προκειμένου να αποφασισθεί αν ένα άτομο είναι ασφαλισιμότητας, θα πρέπει να περιορίζονται σε ουσιώδη στοιχεία και φυσικά ό,τι επί πλέον στοιχεία θεωρηθούν απαραίτητα θα πρέπει να ζητούνται, όχι τυχαία, αλλά μόνον όταν έχουν σχέση με τη διαμόρφωση της τελικής απόφασης.

Το κόστος και ο κόπος του Ασφαλιστή, ο οποίος ουσιαστικά θα επωμισθεί τη φροντίδα αυτή, της συλλογής των πληροφοριών λαμβάνεται υπόψη.

Σε πολύ λίγες περιπτώσεις μπορεί να απορριφθεί ο προτεινόμενος προς ασφάλιση κίνδυνος, αλλά ακόμα και γι' αυτές είναι καλύτερα να τεθούν περιοριστικοί όροι ή επασφάλιστρα, όπου είναι δυνατόν, παρά να γίνει η απόρριψη. Εδώ θα πρέπει να λάβουμε υπόψη και την ψυχολογική κατάσταση του ατόμου που απορρίπτουμε, καθοδηγώντας τον Ασφαλιστή και βασιζόμενοι κατά κύριο λόγο σε αυτόν και στις ιδιαίτερες ικανότητές του στο να παρουσιάσει ένα διαφορετικό προϊόν από αυτό που πιθανώς προτάθηκε καταρχήν. Είναι καθήκον και στόχος της εταιρίας να προσφέρει τελικά κάποιου είδους καλύψεις, εάν είναι δυνατόν.

Σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση της απόφασης αν κάποιο άτομο κρίνεται ασφαλισιμότητας ή όχι, παίζουν και οι εξελίξεις της ιατρικής και της τεχνολογίας.

Πιο συγκεκριμένα θα μπορούσαμε να χωρίσουμε τις διαδικασίες του underwriting σε 5 στάδια μέχρι την τελική απόφαση.

1ο στάδιο: Θα πρέπει εκ των προτέρων να έχει οριστεί ο πίνακας θνησιμότητας που θα χρησιμοποιηθεί από την εταιρία για όλα τα προς ασφάλιση άτομα. Στην Ελλάδα όλες οι ασφαλιστικές επιχειρήσεις ζωής είναι υποχρεωμένες με νόμο, να χρησιμοποιούν τον ίδιο πίνακα θνησιμότητας,



## Επειδή η καριέρα είναι ΕΡΓΟ ΖΩΗΣ

Στην ασφαλιστική εταιρία Continental οι προσδοκίες των ασφαλιστών αποκτούν νόημα. Η επιβράβευση του κόπου τους έρχεται γρήγορα κι ο ορίζοντας της επιτυχίας είναι περισσότερο κοντά απ' οπουδήποτε αλλού. Ενώνοντας τη δύναμή σας με τη «Δύναμη Ζωής» της Continental το έργο της ζωής σας γίνεται πραγματικότητα.





τον Γαλλικό PM 60/64 ο οποίος είναι πίνakas ανδρικού πληθυσμού. Για τις ασφαλίσεις γυναικών (οι οποίες έχουν χαμηλότερο ποσοστό θνησιμότητας από ό,τι οι άνδρες) χρησιμοποιείται ο ίδιος πίνακας αλλά αφαιρούμε 3 χρόνια από την πραγματική ηλικία της γυναίκας προκειμένου να βρούμε την ασφαλιστική της ηλικία.

2ο στάδιο: Η συλλογή των σημαντικότερων κριτηρίων ασφαλισιμότητας τα οποία επηρεάζουν την ασφαλισιμότητα, αποτελούν το δεύτερο στάδιο της διαδικασίας.

Αυτά είναι επιγραμματικά: το ιατρικό ιστορικό και η σημερινή κατάσταση της υγείας του ατόμου που ζητά την ασφάλιση, το οικογενειακό του ιστορικό, το επάγγελμά του, οι συνήθειες και τα σπορ με τα οποία ασχολείται, ο λόγος για τον οποίο γίνεται η ασφάλιση ερευνάται επίσης, το ύψος του κεφαλαίου της ασφάλειας, το πρόγραμμα ασφαλίσεως κ.ά.

Καθοριστικό ρόλο στο πόσο γρήγορα και σωστά θα διεκπεραιωθεί η διαδικασία της επιλογής στο στάδιο αυτό παίζει φυσικά ο Ασφαλιστής, ο οποίος χωρίς να υπάρχει αμφιβολία είναι ο γνώστης και ο πιο κοντινός σύμβουλος του Underwriter, αφού αυτός γνωρίζει το υποψήφιο προς ασφάλιση άτομο και ήδη έχει δημιουργήσει την πρώτη εικόνα γύρω από το πρόσωπό του. Έχει δηλαδή κάνει ήδη αυτός την πρώτη επιλογή και έχει αφήσει θα λέγαμε το διαδικαστικό κομμάτι στον underwriter.

Στην περίπτωση που τα παραπάνω στοιχεία είναι επαρκή και μπορεί να αποφασισθεί αν το άτομο είναι ασφαλίσιμο με το κανονικό ασφαλιστήριο η διαδικασία του Underwriting σταματά σε αυτό το στάδιο.

3ο στάδιο: Η συλλογή περαιτέρω πληροφοριών. Αν το κεφάλαιο της ασφαλίσεως είναι αρκετά υψηλό ή αν δεν υπάρχουν ικανοποιητικές πληροφορίες τότε ο Underwriter θα ζητήσει περισσότερες πληροφορίες. Το ύψος του ασφαλιζόμενου κεφαλαίου για το οποίο μια Εταιρία ζητά ιατρική εξέταση είναι διαφορετικό από εταιρία σε εταιρία και εξαρτάται από τον μέσο όρο ασφαλισμένων κεφαλαίων της εταιρίας. Σε ειδικές περιπτώσεις μπορεί να ζητηθούν και επί πλέον αποδεικτικά ασφαλισιμότητας. Η ιατρική εξέταση συνήθως γίνεται από γιατρούς που έχει ορίσει η εταιρία.

4ο στάδιο: Η ταξινομήση του κινδύνου. Το πραγματικό πρόβλημα του Underwriter εμφανίζεται από τη στιγμή που θα πρέπει να αποδεχθεί έναν βεβαρημένο κίνδυνο και θα πρέπει να κατατάξει αυτόν με βάση την extra θνησιμότητα που έχει. Θεωρητικά για να χειριστεί σωστά τέτοιες περιπτώσεις είναι απαραίτητο να έχει πίνακες θνησιμότητας ή νοσηρότητας για όλες τις διαφορετικές ομάδες και κατηγορίες πληθυσμού, καθώς και στατιστικά στοιχεία θνησιμότητας και νοσηρότητας για κάθε ασθένεια.

Αυτό στην πράξη είναι αδύνατον εκτός από μερικές πολύ συνήθεις περιπτώσεις όπου υπάρχουν οι αντίστοιχοι πίνακες. Το δίλημμα λοιπόν στο ερώτημα, με

ποιον τρόπο θα ασφαλισθεί ένα άτομο, έγκειται στο ότι: 1. Ο ορισμός σε ποια ομάδα θα καταταχθεί το συγκεκριμένο άτομο είναι δύσκολος. 2. Ο αριθμός των ατόμων σε κάθε ομάδα μπορεί να είναι πολύ μικρός και πιθανόν να μην υπάρχουν βάσιμα στατιστικά στοιχεία.

3. Ο βαθμός ανικανότητας για κάθε άτομο ποικίλλει και αντίστοιχα ποικίλλει και ο τρόπος αντιμετώπισης από τον Underwriter.

Ο Underwriter για να ταξινομήσει ένα δεδομένο κίνδυνο, χρησιμοποιεί τη μέθοδο της αριθμητικής αξιολόγησης. Αυτή η μέθοδος ταξινομεί τους υποψηφίους προς ασφάλιση σύμφωνα με τις αποκλίσεις τους από τον κανονικό βαθμό θνησιμότητας. Ο κανονικός βαθμός θνησιμότητας βαθμολογείται με 100 μονάδες στις οποίες τα επιβαρυντικά στοιχεία προσθέτουν βαθμούς τα δε ελαφρυντικά (γιατί υπάρχουν και αυτά) αφαιρούν. Το τελικό αποτέλεσμα μας οδηγεί στο να κατατάξουμε το συγκεκριμένο άτομο στην ομάδα θνησιμότητας που έχει την ίδια θνησιμότητα με τη δική του.

Το 5ο και τελευταίο στάδιο είναι ίσως το πιο κρίσιμο. Ο Underwriter εδώ θα πρέπει να επιλέξει τον τρόπο με τον οποίο θα αντιμετωπίσει το συγκεκριμένο extra κίνδυνο, αν θα επιβάλλει δηλαδή επασφάλιστρα ή ειδικούς όρους ή αν ακόμη κάνει και συνδυασμό αυτών. Είναι ίσως το πιο κρίσιμο σημείο γιατί θα πρέπει να φροντίσει να είναι όσο το δυνατόν περιορισμένος ο κίνδυνος για την εταιρία, αλλά και όσον αφορά τον ασφαλιζόμενο να του δώσει ένα συμβόλαιο που να τον καλύπτει σωστά και με δίκαιο ασφαλιστήριο. Ας μην ξεχνάμε άλλωστε ότι οι δύο βασικοί στόχοι των ασφαλείων ζωής είναι:

1. Να ασφαλισουν όσο το δυνατόν περισσότερα άτομα και
2. Να δώσουν στον κάθε ασφαλιζόμενο το σωστό, για την περίπτωση του, ασφαλιστήριο.

Τελειώνοντας θα ήθελα, πριν βγάλει κανείς συμπεράσματα, να καταλήξω κι εγώ κάπου. Στο κείμενο αυτό καλύφθηκαν —στο σημείο που είναι επιτρεπτό— κάποιες διαδικασίες βγάζοντας έξω τον ανθρώπινο παράγοντα. Όλες αυτές οι διαδικασίες, όμως, εκτελούνται από ανθρώπους και πιο σωστά μέσω της συνεργασίας ανθρώπων και ειδικότερα από την καλή συνεργασία του τμήματος Underwriting και του Ασφαλιστή. Ο underwriter γνωρίζει τα τεχνικά κομμάτια της διαδικασίας ο Ασφαλιστής, όμως, γνωρίζει την αγορά και είναι εκείνος που πολλές φορές προτείνει νέους τρόπους κάλυψης ανακαλύπτοντας νέες αγορές. Ο Ασφαλιστής, λοιπόν, στηρίζει τον Underwriter για τον κοινό στόχο που είναι η εξυπηρέτηση και η σωστή κάλυψη των ασφαλισμένων.

## ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ

### ΔΗΜΟΤΙΚΟΥ-ΓΥΜΝΑΣΙΟΥ-ΛΥΚΕΙΟΥ



ΠΕΡΙΕΧΟΥΝ ΟΛΟΚΛΗΡΗ ΤΗΝ ΔΙΔΑΣΚΟΜΕΝΗ ΥΛΗ

ΜΑΘΗΜΑΤΑ ΓΙΑ ΟΛΕΣ ΤΙΣ ΤΑΞΕΙΣ



ΜΕΣΣΑΡΙΑΣ 3 & ΑΧΑΡΝΩΝ 292 11254 ΑΘΗΝΑ  
ΤΗΛ. 01/8678440-1, 8643277 FAX 8674742

**QuickShot**<sup>®</sup>  
by Bondwell

## MOUSE



ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΕΙ:

Dr.Halo III Professional Graphics and Slide Show Software

Universal Mouse Driver and Test Program

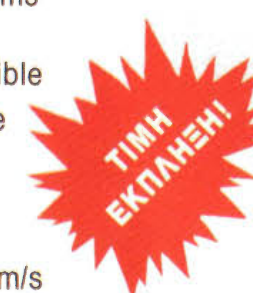
Pop-Up Menus and Menus Library

D9-to-D25 Connector Adapter

Mouse Pocket and Mouse Pad



- Microsoft and Mouse Systems Mouse compatible
- IBM PC, XT and AT compatible
- Hardware selectable mouse standard
- Programmable resolution: 420 ~ 2100 DPI
- High tracking speed: 500 mm/s
- Silicone-rubber coated tracking ball



ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΟΙ ΑΝΤΙΠΡΟΣΩΠΟΙ:



ΜΕΣΣΑΡΙΑΣ 3 & ΑΧΑΡΝΩΝ 292 11254 ΑΘΗΝΑ  
ΤΗΛ. 01/8678440-1, 8643277 FAX 8674742

# Καθόλου ίδια

**Μήπως:** παίρνετε προμήθειες Ζωής πρώτου έτους  
μόνον τον... πρώτο χρόνο;

**Μήπως:** τα νοσοκομειακά που προσφέρετε δεν  
είναι ισόβια τιμαριθμικά  
αναπροσαρμοζόμενα;

**Μήπως:** αν τα νοσοκομειακά που προσφέρετε είναι  
ισόβια, πωλούνται μόνο με ισόβια  
Ασφάλεια Ζωής;

**Μήπως:** η απλή Ασφάλεια που προσφέρετε δεν  
δέχεται μόνιμη ανικανότητα;

**Μήπως:** ήρθε η ώρα να μας επισκεφθήτε για να σας  
εξηγήσουμε πως θα καλύψετε καλλίτερα  
τον πελάτη σας κερδίζοντας συγχρόνως  
περισσότερα;

## Ελάτε με τους πρωτοπόρους.

 **ΕΛΛΗΝΟ  
ΒΡΕΤΑΝΝΙΚΗ** Α.Ε.Α. ΖΩΗΣ

ΜΕΣΟΓΕΙΩΝ 2-4, ΠΥΡΓΟΣ ΑΘΗΝΩΝ Β' ΤΗΛ.: 7755301/4



Τα LAPTOPS που κυκλοφορούν στην αγορά, φαίνονται ίδια.  
Λένε τα ίδια. Υπόσχονται τα ίδια.

Μέχρι που τα βλέπετε να λειτουργούν. Και συγκρίνετε.

Οι διαφορές είναι οφθαλμοφανείς.

Για παράδειγμα, το LAPTOP TOSHIBA T3200SXC. Είναι το πρώτο  
με έγχρωμη VGA οθόνη. Διαθέτει 185.000 χρώματα, με  
δυνατότητα ταυτόχρονης εμφάνισης στην οθόνη των 256  
χρωμάτων. Αυτό, δίνει την απόλυτη ποιότητα και σαφήνεια  
στα γραφικά και στους πίνακές του.

Ακόμη, το TOSHIBA T3200 SXC, έχει επεξεργαστή 386 SX  
στα 20 MHz, με σκληρό δίσκο 120 MB. Εδώ οι λέξεις  
Υψηλή Τεχνολογία, Αξιοπιστία, βρίσκουν απόλυτα το νόημά  
τους. Όπως, βρίσκουν και οι λέξεις Διαρκής Υποστήριξη την  
πραγματική τους έννοια όταν συνδέονται με το όνομα της  
INTEAL ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ.

Της εταιρείας, που διαθέτει 70 εξουσιοδοτημένους  
αντιπροσώπους και 127 έμπειρους τεχνικούς, καλύπτοντας  
με τη συνεπή υποστήριξή της ολόκληρη την Ελλάδα.

Σίγουρα λοιπόν μετά απ' αυτά, παύετε να βλέπετε όλα  
τα LAPTOPS ίδια. Τα TOSHIBA, έχουν κερδίσει!

Σ' επαφή με το Μέλλον  
**TOSHIBA**  
OFFICE AUTOMATION



 **INTEAL  
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ**  
INTEAL ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ Α.Β.Ε.Ε. ΜΙΧΑΛΑΚΟΠΟΥΛΟΥ 103, 115 27 ΑΘΗΝΑ  
ΤΗΛΕΦΩΝΑ: 779 9101, 771 2512 FAX: 775 3088 TELEX: 223259 THB

# Ο Manager του ενός στιλό και όχι του ενός λεπτού

Εμείς οι Έλληνες είμαστε δεμένοι με την ποιότητα από τα αρχαία χρόνια: ουκ εν το πολλώ το ευ, που σημαίνει, πως η ποιότητά μας δεν ορίζεται από τα κιλά των χαρτιών που υπάρχουν στο γραφείο μας. Αντίθετα η ποιότητα της δουλειάς μας μπορεί να μετρηθεί από το πόσες φορές θα μπει ο ίδιος συνεργάτης με την ίδια εκκρεμότητα, την ίδια μέρα στο γραφείο.



Με το αγαπημένο σας στιλό στο χέρι και με ένα γραφείο καθαρό, δίνετε την δυνατότητα σε κάθε συνεργάτη σας να αισθανθεί πως υπάρχει χώρος και γι' αυτόν στο γραφείο σας. Όταν ο συνεργάτης δεν σας αντιμετωπίζει πίσω από ένα χαρτοβάσιλειο, μπορεί να εκθέσει το θέμα του με λιγότερο άγχος, αφού θα αισθάνεται πως έχετε χώρο και χρόνο γι' αυτόν.

**Α**ξιότιμοι αναγνώστες μέσα από αυτό το άρθρο δεν θα αναφερθώ σε στρατηγικές, τεχνικές, φιλοσοφίες και στατιστικές. Απλά θα καταγράψω τις απόψεις μου για τον υγιή, δημιουργικό και παραγωγικό MANAGER στον επαγγελματικό χώρο, αλλά και στην κοινωνία.

Πιστεύω ότι ένας αληθινά δημιουργικός και ποιοτικά παραγωγικός MANAGER θα πρέπει στην κυριολεξία πάνω στο γραφείο του εκτός από τα διακοσμητικά, το προσωπικό του ημερολόγιο και το P.C., να έχει ένα στιλό, που τον εμπνέει και τίποτε άλλο. Στις παρακάτω γραμμές θα προσπαθήσω να τεκμηριώσω αυτήν την άποψη και

ίσως σας πείσω να την δοκιμάσετε.

Μεγάλο μέρος στην επιτυχία οφείλεται στην πολυδιάστατη καθημερινή ενημέρωση, που απαιτεί αρκετό χρόνο μέσα από το διάβασμα εντύπων, εφημερίδων, περιοδικών κ.λπ.

Επίσης αρκετός χρόνος απαιτείται για την ενημέρωσή σας από τους συνεργάτες για

τα πεπραγμένα, τις εκκρεμότητες και για το σήμερα, ώστε να είστε σφαιρικά ενημερωμένοι στο τι συμβαίνει ή δεν συμβαίνει στο χώρο σας.

Έχοντας ένα γραφείο γεμάτο χαρτιά και ένα μυαλό που έχει ήδη κουραστεί μόνο που τα βλέπει, είναι δύσκολο να δώσετε την απαιτούμενη προσοχή στους συνεργάτες που μπεινοβγαίνουν στο γραφείο, με αποτέλεσμα να είναι ελλιπής η επικοινωνία σας μαζί τους.

Έχετε δοκιμάσει ποτέ να «καθαρίσετε» το γραφείο σας πριν αρχίσετε να «ξεκαθαρίζετε» τις εκκρεμότητες της ημέρας με τους συνεργάτες σας;

Καθημερινά έχετε να αντιμετωπίσετε μικρά ή μεγάλα προβλήματα που πολλά μάλιστα απαιτούν άμεσες λύσεις για την ροή της εργασίας. Για να είστε σε θέση να δώσετε ορθές λύσεις θα πρέπει να έχετε χρόνο και καθαρότητα μυαλού, ώστε να μπορείτε να βλέπετε όλες τις πτυχές του κάθε προβλήματος.

Εάν έχετε ένα γραφείο χαρτοβάσιλειο χωρίς να έχετε ξεκαθαρίσει ποια έντυπα πρέπει πραγματικά να διαβάσετε, αφήνετε μια μεγάλη εκκρεμότητα που μπαινει ανάμεσα σε εσάς και τους συνεργάτες σας σαν μια αόρατη παρουσία, που δεν σας επιτρέπει να εκτιμήσετε σωστά το χρόνο που χρειάζεται να επενδύσετε σε κάθε σας συνεργασία. Έτσι κινδυνεύετε να γίνετε ο MANAGER του ενός λεπτού χωρίς να μπορείτε να ορίσετε σε βάθος το επίπεδο της κάθε συνεργασίας. Αντί γι' αυτό αφιερώστε το ξεκίνημα του πρωινού σας «καθαρίζοντας» και «οργανώνοντας» το γραφείο σας και γίνετε «ο MANAGER του ενός στιλό».

Με το αγαπημένο σας στιλό στο χέρι και με ένα γραφείο καθαρό, δίνετε την δυνατότητα σε κάθε συνεργάτη σας να αισθανθεί πως υπάρχει χώρος και γι' αυτόν στο γραφείο σας. Όταν ο συνεργάτης δεν σας αντιμετωπίζει πίσω από ένα χαρτοβάσιλειο, μπορεί να εκθέσει το θέμα του με λιγότερο άγχος, αφού θα αισθάνεται πως έχετε χώρο και χρόνο γι' αυτόν. Με αυτό τον τρόπο κερδίζετε εσείς χρόνο, γιατί οι συνεργάτες σας θα είναι πιο σύντομοι και πιο σαφείς και εσείς δεν θα χρειάζεται να ανατρέξετε σε απαντήσεις κλισέ του ενός λεπτού, μπλοκάροντας έτσι την επικοινωνία.

Μην ξεχνάτε πως ο MANAGER είναι το πρότυπο για τους συνεργάτες του, αλλά και ο άνθρωπος που εκφράζει την εικόνα της εταιρίας προς τον έξω κόσμο. Ένα καλά οργανωμένο γραφείο και ένα καθαρό μυαλό προδιαθέτουν θετικά τον κάθε επισκέπτη.

Ο MANAGER δεν διδάσκει μόνο με τα λόγια, αλλά και με τα έργα, δηλαδή με τον τρόπο που στέκεται μέσα στο χώρο του, με τον τρόπο που αξιολογεί και ορίζει τον

*Έχοντας χρησιμοποιήσει λειτουργικά τις ώρες δουλειάς αποφεύγοντας το άγχος «του ενός λεπτού», σας δίνεται η δυνατότητα να βρεθείτε και σε χώρους που δεν σχετίζονται αποκλειστικά με το επάγγελμά σας και έτσι να παραμείνετε κοινωνικοί και ισορροπημένοι.*

χρόνο του, αλλά και με την εμφάνιση του χώρου στον οποίο εργάζεται.

Εμείς οι Έλληνες είμαστε δεμένοι με την ποιότητα από τα αρχαία χρόνια: ουκ εν το πολλώ το ευ, που σημαίνει, πως η ποιότητά μας δεν ορίζεται από τα κιλά των χαρτιών που υπάρχουν στο γραφείο μας. Αντίθετα η ποιότητα της δουλειάς μας μπορεί να μετρηθεί από το πόσες φορές θα μπει ο ίδιος συνεργάτης με την ίδια εκκρεμότητα, την ίδια μέρα στο γραφείο. Εφαρμόστε το MANAGEMENT του ε-

*Ο MANAGER δεν διδάσκει μόνο με τα λόγια, αλλά και με τα έργα, δηλαδή με τον τρόπο που στέκεται μέσα στο χώρο του, με τον τρόπο που αξιολογεί και ορίζει τον χρόνο του, αλλά και με την εμφάνιση του χώρου στον οποίο εργάζεται.*

νός στιλό και όχι του ενός λεπτού.

«Η ώρα των συνεργατών» έχει περάσει και ήρθε η ώρα να μείνετε μόνος και να καταστρώσετε τα πλάνα σας. Έχετε δοκιμάσει ποτέ να εργαστείτε με το αγαπημένο σας στιλό πάνω σε ένα καθαρό γραφείο; Έχοντας ξεκαθαρίσει από το πρωί τα «χρήσιμα» από τα «άχρηστα», και έχοντας αρχειοθετήσει τα «χρήσιμα», γλιτώνετε πολύτιμο χρόνο που σας χρειάζεται για την οργάνωση της στρατηγικής σας. Έτσι δεν θα αισθάνεστε πως πρέπει να τελειώσετε «σ' ένα λεπτό».

Έχοντας χρησιμοποιήσει λειτουργικά τις ώρες δουλειάς αποφεύγοντας το άγχος «του ενός λεπτού», σας δίνεται η δυνατότητα να βρεθείτε και σε χώρους που δεν σχετίζονται αποκλειστικά με το επάγγελμά σας και έτσι να παραμείνετε κοινωνικοί και ισορροπημένοι. Με αυτό τον τρόπο διαπρεείτε τα χόμπυ σας και την πολυδιάστατη ενημέρωσή σας, εκτελώντας ένα κυρίαρχο χρέος που έχει ο MANAGER, που είναι, να ζει στην πραγματικότητα.

Εφαρμόστε το MANAGEMENT του ενός στιλό και όχι του ενός λεπτού.

## ΒΙΟΓΡΑΦΙΚΟ

**Ο ΔΗΜΗΤΡΗΣ Δ. ΚΟΥΚΙΑΣ:** γεννήθηκε στην Αλεξάνδρεια της Αιγύπτου το 1953. Σπούδασε Διοίκηση επιχειρήσεων στην ΑΝΩΤΑΤΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΣΧΟΛΗ ΠΕΙΡΑΙΩΣ και ειδικεύθηκε στους Η/Υ. Εργάστηκε από το 1982 μέχρι το 1985 ως ειδικός σύμβουλος με χρέη Γενικού Αναπληρωτή Διευθυντή στην ΑΣΕΕ ΑΣΤΗΡ.

Από το 1986 εργάζεται ως EDP MANAGER στο χώρο της Διαφήμισης. Σήμερα είναι στέλεχος της INITIATIVE MEDIA ATHENS. Ασχολείται με την οργάνωση επιχειρήσεων και είναι σύμβουλος έκδοσης του περιοδικού ΝΑΙ.

## 6 ΛΟΓΟΙ ΧΡΥΣΟΙ

1. Μάθετε να προγραμματίζετε τις εργασίες σας. Έτσι θα μπορέσετε να δουλέψετε αποτελεσματικότερα.
2. Συνειδητοποιήστε τα όριά σας. Προσπαθήστε να θέσετε στον εαυτό σας πραγματοποιήσιμους στόχους.
3. Μιλήστε για τα προβλήματά σας. Εξομολογηθείτε σε κάποιον τον οποίο εμπιστεύεστε. Σίγουρα θα νιώσετε καλύτερα.
4. Τη φιλία να τη χαράζεις στην πέτρα και να φρεσκάρεις το χάραγμα κάθε τόσο. Την έχθρα να την γράφεις πάνω στον πάγο και να την βάζεις στον ήλιο.
5. Η δυστυχία είναι αδελφή της αναπηρίας κι ο ακαμάτης, αδερφός του ζητιάνου. Όποιος οκνεύεται πολλά στερεύεται.
6. «Ο λόγος είναι άργυρος κι η σιωπή χρυσάφι». «Αργυρό το μίλημα και χρυσό το σώπα». «Ασημένια μου μιλιά, χρυσή μου βουβαμάρα».

# Τα Συνέδρια της εταιρίας και πως να το εκμεταλλευτείτε

**Τ**α συνέδρια της εταιρίας είναι ένα από τα μεγάλα πλεονεκτήματα του επαγγέλματός μας. Οποσδήποτε τα συνέδρια είναι μια διασκέδαση. Αλλά, πιο σημαντικό είναι ότι σου δίνουν την ευκαιρία να γνωρίσεις από κοντά τους καλύτερους στο επάγγελμα. Αυτό δημιουργεί ένα ενθουσιασμό που δεν αντιγράφεται με βιβλίο ή κασέτες. Η αναγνώριση είναι κάτι το εξαιρετικό. Η αναγνώριση που προέρχεται από το δικαίωμα συμμετοχής σε ένα συνέδριο της εταιρίας τονίζει την αυτοπεποίθηση (και στους περισσότερους από μας χρειάζεται πού και πού να φουσκώνουμε το εγώ μας). Χάριν των συνεδρίων της εταιρίας έχω πάει στην Αλάσκα, Καναδά, Μεξικό και στις περισσότερες πόλεις των Ηνωμένων Πολιτειών.

Τα εταιρικά συνέδρια είναι σημαντικά γιατί παρέχουν αυτό που λέγεται «προχωρημένο σεμινάριο στην ανταλλαγή ιδεών».

Έρχεστε σε επαφή με τους καλύτερους πωλητές που έχει να προσφέρει η εταιρία σας και η ασφαλιστική αγορά γενικότερα. Έχω πάρει περισσότερες ιδέες για πωλήσεις στα συνέδρια από ό,τι μπορούσα να φανταστώ ότι υπάρχουν. Αν επιστρέψω από την συγκέντρωση από την συγκέντρωση με μια έστω καλή ιδέα θεωρώ το ταξίδι πετυχημένο. Και προσπαθώ πάντα να επιστρέφω με τουλάχιστον μια καλή ιδέα.

Τα περισσότερα συνέδρια είναι συνδυασμός συναντήσεων, κοινωνικών εκδηλώσεων (κοκτέιλ, δείπνο, κ.λπ.) και ελεύθερος χρόνος. Ο ελεύθερος χρόνος μπορεί να είναι ο πιο επικερδής. Χρησιμοποιήστε τον σωστά για να συναντήσετε ανθρώπους με τους οποίους μπορείτε να ανταλλάξετε ιδέες για την δουλειά.

Το δικαίωμα συμμετοχής στα συνέδρια δείχνει ότι έχετε επιτύχει ένα ύψος της παραγωγής που σας αναδεικνύει σε κερδοφόρο στέλεχος της εταιρίας σας, του υποκαταστήματος που ανήκετε, και του εαυτού σας. Πιέστε τον εαυτό σας να κερδίσετε αυτή τη συμμετοχή. Κανένας δεν αναδείχτηκε σε κορυφαίο στέλεχος χωρίς πρώτα να δεσμευτεί για τον σκοπό αυτό.

Αν ο/η σύζυγός σας είναι προσκεκλημένος, πρέπει να παρευρεθεί. Ο σύντροφός σας πρέπει να γνωρίζει τι είναι αυτό που

*Τα εταιρικά συνέδρια είναι σημαντικά γιατί παρέχουν αυτό που λέγεται «προχωρημένο σεμινάριο στην ανταλλαγή ιδεών». Έρχεστε σε επαφή με τους καλύτερους πωλητές που έχει να προσφέρει η εταιρία σας και η ασφαλιστική αγορά γενικότερα.*

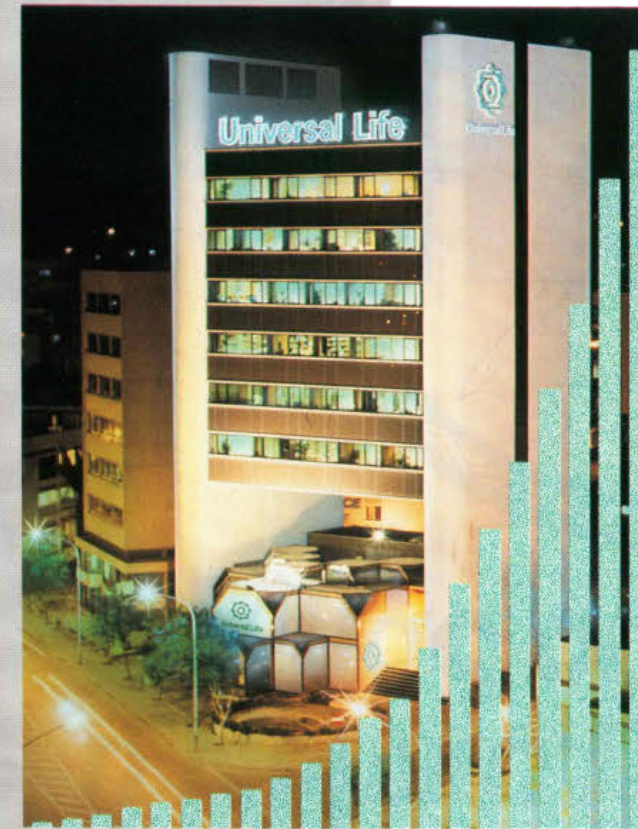


κάνετε. Τα εταιρικά συνέδρια προσφέρουν την ιδανική ευκαιρία για τον/την σύζυγό σας να ανακαλύψει τι ακριβώς κάνετε και να γνωρίσει τα άτομα που τα ονόματά τους τα έχει δει μόνο στο περιοδικό της εταιρίας. Άλλωστε ο σύντροφός σας δεν πρέπει να μοιράζεται μόνο τις άσημες αλλά και τις καλές στιγμές της δουλειάς σας.

Η γυναίκα μου και εγώ πάντα μετατρέ-

πουμε τα συνέδρια αυτά σε διακοπές. Πριν μερικά χρόνια, η εταιρία μου είχε ένα συνέδριο στην Αλάσκα. Αντί να πάμε εκεί κατευθείαν, πετάξαμε πρώτα μέχρι το Λας Βέγκας μετά στο Σαν Φραντσίσκο και μετά στην Αλάσκα. Η διαφορά στο αεροπορικό εισιτήριο ήταν ασήμαντη. Αλλά κάνοντας διακοπές μόνοι μας, μπορούσαμε μετά να πάμε πιο ευχάριστα διακοπές με τα παιδιά μας εκεί που θέλανε εκείνα.

## Όταν οι αριθμοί μιλούν... με διαφορά



Η αλματώδης ανάπτυξη της Universal Life, που την ανέβασε στην πρωτοπορία ανάμεσα σ' όλες τις ασφαλιστικές εταιρείες στην Κύπρο, αποδεικνύει τον δυναμισμό, το κύρος και την υπευθυνότητα της.

Η Universal Life είναι η Πρώτη με Διαφορά ασφαλιστική εταιρεία στην Κύπρο. Κατέχει το 30% της αγοράς, έχει 90% πιο ψηλά

αποθεματικά και 90% περισσότερα ασφάλιστρα από την δεύτερη εταιρεία.

Πληρώνει τα περισσότερα κέρδη στους ασφαλισμένους της...γνωρίστε την διαφορά!



Universal Life

*γνωρίστε τη διαφορά!!*

**ΕΛΛΑΣ**  
Λεωφόρος Συγγρού 294  
Τ.Κ. 176.73 Αθήνα  
Τηλ. 9511032, 9511054  
Φαξ: 9511252

**ΚΥΠΡΟΣ**  
Universal Tower, Λεωφ. Διγενή Ακρίτα  
Τ.Κ. 1270 Λευκωσία  
Τηλ. 02-461222  
Φαξ: 461343

insurance

assurance

assicurazione

seguro

seguro

árachas

assurance

verzekering

verzekering

forsikring

versicherung

ασφάλεια



## ενα μας απασχολεί... η Νομική Προστασία

**κι αυτό είναι πολύ σημαντικό  
για σας (τους ασφαλιστές) και τους πελάτες σας!**

### Για σας

Συνεργάζεστε (με εξαιρετικούς όρους) με μια διεθνή ασφαλιστική εταιρία, ειδικευμένη στη Νομική Προστασία. Έχετε εξασφαλισμένη, ουσιαστική και γρήγορη εξυπηρέτηση των πελατών σας.

### Για τους πελάτες σας

Εκτός των πλεονεκτημάτων που έχει η ARAG σαν οργάνωση (πείρα, υπευθυνότητα, ταχύτητα...) ασχολείται ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΑ με τη Νομική Προστασία. Έτσι, οι πελάτες σας δεν θα υποστούν σε καμιά περίπτωση τις συνέπειες μιας ενδεχόμενης «σύγκρουσης συμφερόντων». (αυτός ο κίνδυνος υπάρχει αν στην ίδια εταιρεία λειτουργεί και κλάδος Αστικής Ευθύνης).

### Πάλι για σας

Ο κλάδος της Νομικής Προστασίας είναι περισσότερο επικερδής απ' όσο - ίσως - φαντάζεστε! Θα το διαπιστώσετε κι εσείς αν μας τηλεφωνήσετε



Όπως κι αν την προφέρεις, ας είναι η μεγαλύτερη.

Ενωμένη Ευρώπη. Μια αγορά χωρίς σύνορα.

Κι η ασφάλεια όσο ποτέ απαραίτητη. Όπως κι αν την προφέρεις, ας είναι η μεγαλύτερη: Η Allianz. Με ιστορία 100 χρόνων.

Με δυναμική παρουσία σε 43 χώρες του κόσμου.

Με παραγωγή ασφαλίσεων 4,3 τρισ. δολ. Με διεθνή πείρα αλλά και βαθειά γνώση κάθε αγοράς. Η Ενωμένη Ευρώπη δεν είναι μακριά.

Γι' αυτό η Allianz είναι εδώ από τώρα!



Η ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΗ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΗΣ

ΑΘΗΝΑ: ΦΕΙΔΙΠΠΙΔΟΥ 2 - Τηλ.: 77.59.626 - 77.52.833  
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ: ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΟΥ 9 - Τηλ.: 517.021 - 520.720  
ΠΑΤΡΑ: ΠΑΤΡΕΩΣ - Τηλ.: 275.211 - 222.265

# ΜΕ ΤΟΝ ΤΡΟΠΟ ΤΟΥ Γ.Σ.

**Ο**που και να ταξιδέψω η Ελλάδα με πληγώνει.  
 Στο Πήλιο μέσα στις καστανιές το πουκάμισο του  
 Κενταύρου  
 γλιστρούσε μέσα στα φύλλα για να τυλιχτεί στο  
 κορμί μου  
 καθώς ανέβαινα την ανηφόρα κι η θάλασσα μ'  
 ακολουθούσε  
 ανεβαίνοντας κι αυτή σαν τον υδράγυρο  
 θερμομέτρου  
 ώσπου να βρούμε τα νερά του βουνού.  
 Στη Σαντορίνη αγγίζοντας νησιά που βουλιάζαν  
 ακούγοντας να παίζει ένα σουραύλι κάπου στις  
 αλαφρόπετρες  
 μου κάρφωσε το χέρι στην κουπαστή  
 μια σαίτα τυναγμένη ξαφνικά  
 από τα πέρατα μιας νιότης βασιλεμένης.  
 Στις Μυκήνες σήκωσα τις μεγάλες πέτρες και τους  
 θησαυρούς των Ατρείδων  
 και πλάγιασα μαζί τους στο ξενοδοχείο της «Ωραιάς  
 Ελένης του Μενελάου»·  
 χάθηκαν μόνο την αυγή που λάλησε η Κασσάντρα  
 μ' έναν κόκορα κρεμασμένο στο μαύρο λαιμό της.  
 Στις Σπέτσες στον Πόρο και στη Μύκονο  
 με χτίκιασαν οι βαρκαρόλες.  
 Τι θέλουν όλοι αυτοί που λένε  
 πως βρίσκονται στην Αθήνα ή στον Πειραιά;  
 Ο ένας έρχεται από τη Σαλαμίνα και ρωτάει τον  
 άλλο μήπως «έρχεται εξ Ομοιοίας»  
 «Όχι έρχομαι εκ Συντάγματος» απαντά κι είν'  
 ευχαριστημένος  
 «βρήκα το Γιάννη και με κέρασε ένα παγωτό».  
 Στο μεταξύ η Ελλάδα ταξιδεύει  
 δεν ξέρουμε τίποτε δεν ξέρουμε πως είμαστε  
 ξέμπαρκοι όλοι εμείς  
 δεν ξέρουμε την πίκρα του λιμανιού σαν ταξιδεύουν  
 όλα τα καράβια·  
 περιγελάμε εκείνους που τη νιώθουν.

Παράξενος κόσμος που λέει πως βρίσκεται στην  
 Αττική  
 και δε βρίσκεται πουθενά· αγοράζουν κουφέτα για  
 να παντρευτούνε  
 κρατούν «σωσίτριχα» φωτογραφίζονται  
 ο άνθρωπος που είδα σήμερα καθισμένος σ' ένα  
 φόντο με πιτσούνια και με λουλούδια  
 δέχονται το χέρι του γερο-φωτογράφου να του  
 στρώνει τις ρυτίδες  
 που είχαν αφήσει στο πρόσωπό του  
 όλα τα πετεινά τ' ουρανού.  
 Στο μεταξύ η Ελλάδα ταξιδεύει ολοένα ταξιδεύει  
 κι αν «ορώμεν ανθούν πέλαγος Αιγαίον νεκροίς»  
 είναι εκείνοι που θέλησαν να πιάσουν το μεγάλο  
 καράβι με το κολύμπι  
 εκείνοι που βρέθηκαν να περιμένουν τα καράβια  
 που δεν μπορούν να κινηθούν  
 την ΕΛΣΗ τη ΣΑΜΟΘΡΑΚΗ τον ΑΜΒΡΑΚΙΚΟ.  
 Σφυρίζουν τα καράβια τώρα που βραδιάζει στον  
 Πειραιά  
 σφυρίζουν ολοένα σφυρίζουν μα δεν κουνιέται  
 κανένας αργάτης  
 καμιά αλυσίδα δεν έλαμψε βρεμένη στο στερνό φως  
 που βασιλεύει  
 ο καπετάνιος μένει μαρμαρωμένος μες στ' άσπρα  
 και στα χρυσά.

Όπου και να ταξιδέψω η Ελλάδα με πληγώνει·  
 παραπετάσματα βουνών αρχιπέλαγα γυμνοί  
 γρανίτες...  
 Το καράβι που ταξιδεύει το λένε ΑΓ ΩΝΙΑ 937.

Α/π Αυλίσ, περιμένοντας να ξεκινήσει.  
 Καλοκαίρι 1936  
 Γ. ΣΕΦΕΡΗΣ

# ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΕΣ ΕΙΔΗΣΕΙΣ

## SCOPLIFE

✓ ΠΕΡΙΘΑΛΨΗ HEALTH LINE. Στις 2 Δεκεμβρίου η SCOPLIFE παρουσίασε το πρόγραμμα HEALTH LINE.

Πρόκειται για μια νέα αντίληψη στην νοσοκομειακή περίθαλψη. Με το HEALTH LINE οι πελάτες της SCOPLIFE έχουν 100% κάλυψη, στο επίπεδο περίθαλψης που έχουν αγοράσει (δωμάτιο πολυτελείας, μονόκλινο, δίκλινο, τρίκλινο), σε οποιαδήποτε κλινική ή νοσοκομείο.

Το HEALTH LINE υπερβαίνει με αυτή την αντίληψη την φιλοσοφία των παραδοσιακών νοσοκομειακών προγραμμάτων τα οποία καλύπτουν ένα ποσοστό εξόδων νοσηλείας. Η δυνατότητα επιλογής του πελάτη του επιπέδου νοσηλείας που θέλει να έχει και κάλυψη 100% των εξόδων σε αυτό το επίπεδο είναι η νέα φιλοσοφία που μέσα από το HEALTH LINE παρουσιάζει η SCOPLIFE.

Το HEALTH LIVE, ακόμη, προσφέρει, μια σειρά από πρόσθετα σημαντικά οφέλη στον πελάτη, όπως κάλυψη προ και μετά νοσοκομειακών εξόδων, αμοιβή υγείας σε περίπτωση μη πραγματοποίησης αποζημιώσεων, κάλυψη συνοδού για παιδιά έως 9 ετών, κάλυψη εξόδων νοσοκόμας στο σπίτι, κάλυψη επείγουσας ιατρικής βοήθειας στο εξωτερικό, κ.ά.

Το HEALTH LIVE δεν είναι παρά μια ακόμη εφαρμογή της φιλοσοφίας της

SCOPLIFE για προγράμματα, υψηλής ποιότητας, προσαρμοσμένα στις προσωπικές ανάγκες των ασφαλισμένων και της οικογένειάς τους.

Πληροφορίες από όλα τα υποκαταστήματα της εταιρίας και από την Διεύθυνση Μάρκετινγκ στα τηλέφωνα: 68 51 609, 68 46 267.

## Η MAZDA ΣΤΗΝ INTERASSISTANCE

✓ Από την 1η Νοεμβρίου 1991, κάθε αγοραστής καινούργιου αυτοκινήτου MAZDA, τα εξαρτώμενα μέλη της οικογένειάς του και τυχόν συνεπιβάτες καλύπτονται, με μέριμνα και έξοδα της MAZDA, με τις καλύψεις διεθνούς άμεσης βοήθειας της INTERASSISTANCE.

Αυτή η παροχή, μοναδική για τα ελληνικά δεδομένα, κάνει τα αυτοκίνητα MAZDA ασφαλέστερα από ποτέ. Μ' ένα τηλεφώνημα στο 168 ή το 9430401, 24 ώρες το 24ωρο, κινητοποιείται όλη την Ελλάδα, την Ευρώπη αλλά και τις χώρες της λεκάνης της Μεσογείου, ένας οργανισμός άμεσης προσωπικής βοήθειας που σε περίπτωση ενός απρόβλεπτου περιστατικού, όπως ξαφνική ασθένεια ή ατύχημα, προσφέρει επιστημονική αλλά και φιλική βοήθεια σ' όσους ταξιδεύουν μέσα σ' ένα MAZDA.

Το μοναδικό πρόγραμμα INTERASSI-

STANCE, προσφέρει στους κατόχους MAZDA:

- \* Υγειονομική μεταφορά παθόντος
- \* Επαναπατρισμό συνταξιουδόντων
- \* Φροντίδα ανηλικών αβοήθητων παιδιών
- \* Χορήγηση εισιτηρίου μετάβασης και επιστροφής στενού συγγενούς στον τόπο νοσηλείας.
- \* Χορήγηση εισιτηρίου πρόωρης επιστροφής και επαναμετάβασης στον τόπο του ταξιδιού.
- \* Παροχή εγγύησης για την άρση προσωρινής κράτησης μέχρι ποσού 1.000.000 δρχ.
- \* Αποστολή ανταλλακτικών
- \* Ιατρικές συμβουλές στους ταξιδιώτες σχετικά με κάθε απρόβλεπτο περιστατικό και πληροφορίες υγειονομικής εξυπηρέτησης.

## AGF ΚΟΣΜΟΣ

✓ Η Διεύθυνση Πωλήσεων Επαρχίας υπό τον κ. Νίκο Παπανδρέου διοργάνωσε στις 11 Οκτωβρίου 1991 εκδήλωση στην Θεσσαλονίκη για να επιβραβεύσει τους κορυφαίους παραγωγούς των υποκαταστημάτων Ζωής του ομίλου AGF ΚΟΣΜΟΣ.

Μέσα σε μια εξαιρετικά ζεστή ατμόσφαιρα ο Διευθύνων Σύμβουλος του Ομίλου κ. Νίκος Πλακίδης και ο κ. Ν. Παπανδρέου απένειμαν τα βραβεία στους κ.κ. Παντζαρτζίδη Στυλιανό, Αδαμόπουλο Αντώνιο, Τεγόπουλο Λάζαρο, Παπάζογλου Μαρία, Ζιώγα Χαρίκλεια, Μπατζάκα Παναγιώτη, Βασιλειάδη Νικόλαο, Τσομπανίδη Αναστάσιο, Αλεξάνδρου Ευρυάνθη, Εμμανουηλίδου Μ., Κίτσο Βασίλειο, Γεωργίου Γ., Παφύλη Παυλίνα, Τσιάρα Καλλιρόη, Σουρουτζίδη Γεώργιο, Γούσιο Γεώργιο, Μπατάλα Αναστασία, Αρχοντίδου Ε., Μίχο Γεώργιο, Κυριακίδου Σοφία.

## ΦΟΙΝΙΞ

### ΨΗΦΙΣΜΑ

✓ Εμείς οι σύνεδροι του 8ου πανελληνίου συνεδρίου διακεκριμένων συνεργατών της Α.Ε. «ΦΟΙΝΙΞ - ΓΕΝΙΚΑΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑΙ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ», που πραγματοποιήθηκε στο Ρέθυμνο Κρήτης, από 31 Οκτωβρίου 1991 έως 4 Νοεμβρίου 1991, μετά από εισήγηση και πρόταση του προέδρου του συνεδρίου, του κ. Μιχάλη Πριναράκη.

### ΟΜΟΦΩΝΑ ΖΗΤΟΥΜΕ

από την διοίκηση του Φοίνικα και την διοίκηση της Εμπορικής Τραπέζης της Ελλάδος —κυρίου Μετόχου του Φοίνικα— να προχωρήσει σύντομα σε όλες τις απαραίτητες διαδικασίες για την ηθική αποκατάσταση του **αδικημένου δημιουργού** της εταιρίας κ. Γεωργίου Βογιατζάκη και των

# Η ΤΡΙΕΘΝΗΣ ΔΥΝΑΜΗ



# ΠΟΥ ΕΓΓΥΑΤΑΙ ΤΗΝ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΣΑΣ.

“ΑΤΛΑΝΤΙΚΗ ΕΝΩΣΗ-BALOISE-DEUTSCHER RING”. Τώρα, μια τριεθνής ένωση δυνάμεων από τα μεγαλύτερα ονόματα στο διεθνή ασφαλιστικό χώρο, με σύνολο ενεργητικού της και Αντασφαλιστικών της Οργανισμών που ξεπερνά τα 110 δισεκατομμύρια δολάρια, εγγυάται και εξασφαλίζει την

προστασία της ζωής και της περιουσίας σας. Η ΑΤΛΑΝΤΙΚΗ ΕΝΩΣΗ, μέλος της διεθνούς αυτής δύναμης, με τη συνεχή ανοδική πορεία της, τα νέα πρωτοποριακά προγράμματά της και την ευέλικτη οργάνωσή της, δημιουργεί τώρα νέες δυναμικές προοπτικές στην ανάπτυξη των ασφαλειών στην Ελλάδα.



*Μεγάλη σε μέγεθος  
Μεγαλύτερη σε ασφάλεια!*

## Ο ΘΕΟΣ ΝΑ ΤΟΥΣ ΕΥΛΟΓΕΙ!

✓ Άνθρωποι δικοί μας και οι δυο, παντρεύτηκαν στις 20-10-1991 στην Αγία Σκέπη

Παπάγου. Ο Δ/ντής υπ/τος INTERAMERICAN κ.

Νίκος Σαραντέας με τη Δίδα ΜΗΛΙΟΥ ΒΑΣΙΛΙΚΗ, στέλεχος Διαφήμισης Ομίλου INTERAMERICAN. Να ζήσουν ευτυχισμένοι!



**ταλαιπωρηθέντων** συνεργατών του, καθώς ο όλοι αθώωθηκαν τελεσίδικα, από όλους τους βαθμούς των ποινικών δικαστηρίων και η καθυστέρηση της αποκατάστασής τους κρίνεται από εμάς ηθικά απαράδεκτη.

Ειδικά για τον κ. Γεώργιο Βογιατζάκη ο οποίος είναι γνωστός τόσο σαν άνθρωπος, όσο και για το πολύπλευρο σημαντικό έργο που προσέφερε και από το οποίο όχι μόνο εμείς και οι οικογένειες μας, αλλά και μερικές ακόμα εκατοντάδες ελληνικές οικογένειες, τρώμε ψωμί, ζητούμε όπως, εκτός των άλλων, ανακηρυχθεί επίτιμος πρόεδρος της εταιρίας μας.

Επίσης ζητούμε την δημοσίευση του ψηφίσματος αυτού στα επαγγελματικά περιοδικά του κλάδου, στα οικονομικά περιοδικά και εφημερίδες και στον τοπικό Τύπο του Ρεθύμνου.

Τέλος εξουσιοδοτούμε το προεδρείο του 8ου πανελληνίου συνεδρίου διακεκριμένων συνεργατών του Φοίνικα, να προχωρήσει σε κάθε θετική ενέργεια για το θέμα αυτό και να επιδώσει το παρόν ψήφισμα στον κ. Γεώργιο Βογιατζάκη και τους τότε συνεργάτες του.

Ρέθυμνο 3 Νοεμβρίου 1991  
ΟΙ ΣΥΝΕΔΡΟΙ

### ΑΣΠΙΣ

✓ Η ΑΣΠΙΣ ΠΡΟΝΟΙΑ... ΚΟΝΤΑ ΣΑΣ. Την 1 Δεκεμβρίου διεξήχθη σε κεντρικό ξενοδοχείο της Λάρισας ομιλία του κ. Θ. Παπαδόπουλου, δ/ντή marketing & πωλήσεων της ΑΣΠΙΣ ΑΕ ΔΑΚ (θυγατρική της ασφαλιστικής εταιρίας ΑΣΠΙΣ ΠΡΟΝΟΙΑ) με θέμα «ΛΥΣΕΙΣ ΣΤΙΣ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΕΣ ΣΑΣ ΑΝΑΓΚΕΣ».

### INTERAMERICAN

✓ Με μεγάλη μας λύπη σας γνωρίζουμε το θάνατο του, σε όλους μας αγαπητού φίλου, ΜΑΝΩΛΗ ΜΥΚΩΝΙΑΤΗ. Ό,τι να πούμε για τον φίλο Μανώλη, τον συνεργάτη μας, τον άνθρωπό μας, δεν θα ανταποκρίνεται σε αυτό που πραγματικά ήταν.

Για όλους εμάς που τον γνωρίσαμε και τον αγαπήσαμε ο ΜΑΝΩΛΗΣ ΜΥΚΩΝΙΑΤΗΣ θα είναι για πάντα μαζί μας.

### Δ/ΣΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

### CONTINENTAL

✓ ΚΑΙ Η CONTINENTAL ΣΤΗΝ INTERASSISTANCE. Η εξυπηρέτηση INTERASSISTANCE, και μέσω της Ασφαλιστικής εταιρίας CONTINENTAL.

Πριν λίγες μέρες υπεγράφη Ομαδικό Ασφαλιστήριο συμβόλαιο, μεταξύ των δύο εταιριών, με αποτέλεσμα οι πελάτες της

Ασφαλιστικής εταιρίας CONTINENTAL να έχουν όλες τις καλύψεις που προσφέρει η Εταιρία Διεθνούς Βοήθειας INTERASSISTANCE στους πελάτες της.

Η συνεργασία αυτή αποδεικνύει τον δυναμισμό των εταιριών αυτών, που ακολουθούν παράλληλη πορεία με την μητρική εταιρία INTERAMERICAN.

### ΕΚΔΗΛΩΣΗ ΣΩΜΑΤΕΙΟΥ ΑΠΟΦΟΙΤΩΝ Ε.Ι.Α.Σ.

✓ Την 28-11-91 πραγματοποιήθηκε με μεγάλη επιτυχία η πρώτη επίσημη εκδήλωση του συλλόγου αποφοίτων των Ε.Ι.Α.Σ. στο ξενοδοχείο ΚΑΡΑΒΕΛ. Την εν λόγω διοργάνωση παρακολούθησαν με ενδιαφέρον μεγάλο αριθμός αποφοιτών-μελών, το Δ.Σ. του Ε.Ι.Α.Σ., ο πρόεδρος της Ενώσεως Ελληνικών Ασφαλιστικών Εταιριών, εκπρόσωποι της εποπτεύουσας αρχής, μεγάλος αριθμός καθηγητών του Ε.Ι.Α.Σ. και εκπρόσωποι Τύπου.

Κατά την εκδήλωση απηύθυναν χαιρετισμό ο πρόεδρος του σωματείου κ. Πα-

ντελής Ταρνατόρος εκ μέρους του διοικητικού συμβουλίου, ο πρόεδρος του Ε.Ι.Α.Σ. κ. Μάνος Μαθίας, ο πρόεδρος της Ε.Ε.Α.Ε. κ. Λάμπρος Κόκκινος και κατόπιν πραγματοποιήθηκε ομιλία-συζήτηση με εισηγητή τον αντιπρόεδρο του Ε.Ι.Α.Σ. κ. Γεώργιο Παϊπέτη, με θέμα «Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΣΤΗΝ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ». Κατά την συζήτηση επακολούθησαν ενδιαφέρουσες ερωτήσεις και τοποθετήσεις με την συμμετοχή όλων των παρευρισκομένων. Η εκδήλωση κατέληξε με δεξίωση που παρατέθηκε προς τιμήν των αποφοίτων μελών του συλλόγου και των επισήμων προσκεκλημένων.

### ΑΣΠΙΣ

✓ Την Παρασκευή, 1 Νοεμβρίου 1991, έγινε στο κανάλι της Θεσσαλονίκης «ΑΡΓΩ TV» μια ενημέρωση πάνω στα αμοιβαία κεφάλαια ΑΣΠΙΣ ΠΡΟΝΟΙΑ στην εκπομπή «ΚΑΛΗΣΠΕΡΑ ΣΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ».

Προσκεκλημένος της εκπομπής ήταν ο



### ΑΣΠΙΣ ΠΡΟΝΟΙΑ

✓ Η ΑΣΠΙΣ ΠΡΟΝΟΙΑ ΤΙΜΑ ΤΟ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟ ΤΗΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ. Πραγματοποιήθηκε τον περασμένο μήνα σε κεντρικό ξενοδοχείο της Αθήνας εκδήλωση του ομίλου εταιριών ΑΣΠΙΣ ΠΡΟΝΟΙΑ, κατά τη διάρκεια της οποίας βραβεύτηκαν οι διοικητικοί υπάλληλοι των εταιριών του ομίλου που επέδειξαν ιδιαίτερες ικανότητες σε διάφορους τομείς της εργασίας τους, όπως η επικοινωνία, η συνέπεια, η ποιότητα και ποσότητα της δουλειάς τους.

Δέκα υπάλληλοι και στελέχη της ΑΣΠΙΣ τιμήθηκαν επίσης για τη συνεπή και συνεχή προσφορά των υπηρεσιών τους στην εταιρία για πάνω από 15 χρόνια.

Σε ομιλίες τους κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης, τόσο ο διευθύνων σύμβουλος του ομίλου εταιριών ΑΣΠΙΣ ΠΡΟ-

ΝΟΙΑ, κ. Παύλος Ψωμιάδης, όσο και ο γενικός διευθυντής της εταιρίας ζωής, κ. Σταύρος Τσεπαπαδάκης, τόνισαν το σημαντικό ρόλο που παίζει το διοικητικό προσωπικό, με την υψηλή ποιότητα των υπηρεσιών του, στη σωστή λειτουργία των εταιριών, καθώς και στις ευαίωτες προοπτικές που διαγράφονται για το μέλλον της ΑΣΠΙΣ ΠΡΟΝΟΙΑ, κυρίως με τη δημιουργία των νέων εταιριών του ομίλου, αλλά και με τη μεταφορά των διοικητικών του υπηρεσιών στα νέα, υπερσύγχρονα γραφεία τους στο Μαρούσι.

Στη φωτογραφία: Ο κ. Π. Ψωμιάδης ανάμεσα στους Αικατερίνη Χριστοφορίδου, Μεταξία Φράγκου, Βασίλη Κουτρούλη, Βασίλη Πετριανό, Αθηνάγορα Λιβιεράτο, Σταμάτη Καρρά, Βαγγέλη Καγιαλίκου που τιμήθηκαν για την πολυετή προσφορά τους. Απουσιάζουν οι: Καίτη Βασιαγεώργη, Αθηνά Αράπογλου, Γιάννα Βεγιάννη.

κ. Θωμάς Παπαδόπουλος, διευθυντής marketing & πωλήσεων της ΑΣΠΙΣ ΑΕ ΔΑΚ, ο οποίος παρουσίασε συνοπτικά τα προϊόντα και την πορεία της εταιρίας.

Αξίζει να σημειωθεί ότι η πρωτοβουλία της τηλεοπτικής ενημέρωσης ήταν του κ. Παπαχρήστου Σωτήριου, περιφερειακού Δ/ντή της ΑΣΠΙΣ ΠΡΟΝΟΙΑ.

### METROLIFE

✓ ΑΣΦΑΛΙΣΗ ΥΓΕΙΑΣ ΧΩΡΙΣ ΟΡΙΑ. Πλήρης, απεριόριστη και ισόβια ασφαλιστική κάλυψη Υγείας καθιερώνεται για πρώτη φορά στην Ελλάδα με το πρό-

**ΥΠΕΡΥΓΕΙΑ**  
**METROLIFE**

Η ΥΓΕΙΑ ΣΤΗΝ ΠΡΩΤΗ ΘΕΣΗ

γραμμα ΥΠΕΡ-ΥΓΕΙΑ METROLIFE. Το πρόγραμμα δίνει την δυνατότητα σε κάθε ασφαλισμένο να διαλέγει ο ίδιος την θέση νοσηλείας που επιθυμεί, να διαλέγει το νοσοκομείο του και τον γιατρό που προτιμά, χωρίς κανένα απολύτως περιορισμό. Η METROLIFE καταβάλλει όλα τα έξοδα πριν, κατά την διάρκεια και μετά την νοσηλεία σε ποσοστό 100%, ενώ με ειδική κάρτα απαλλάσσει τον ασφαλισμένο από την καταβολή χρημάτων στα νοσοκομεία. Με το ίδιο πρόγραμμα η METROLIFE καλύπτει ακόμη και τις περιπτώσεις επείγουσας ιατρικής βοήθειας εξασφαλίζοντας πλήρη ιατρική υποστήριξη στην Ελλάδα και στο εξωτερικό 24 ώρες το 24ωρο. Πληροφορίες και ενημερωτικό υλικό διατίθεται από την υπηρεσία ΥΠΕΡΥΓΕΙΑ METROLIFE στα τηλέφωνα 9520170 και 9587492.

### NATIONALE-NEDERLANDEN

✓ 700 ΑΣΦΑΛΙΣΤΕΣ ΣΤΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΑ ΤΑΞΙΔΙΑ ΤΗΣ NATIONALE - NEDERLANDEN. Με εξαιρετική επιτυχία και συμμετοχή που ξεπέρασε τις πιο αισιόδοξες προβλέψεις, πραγματοποιήθηκαν και φέτος τα εκπαιδευτικά ταξίδια της NATIONALE-NEDERLANDEN.

Όπως κάθε χρόνο η NATIONALE-NEDERLANDEN προσέφερε τρία μαγευτικά ταξίδια στους συνεργάτες της επιβραβεύοντας την παραγωγικότητα, τον ενθουσιασμό και την συνέπεια των ανθρώπων της εταιρίας.

Τα ταξίδια αυτά έγιναν σε αναγνώριση των προσπαθειών που κατέβαλε όλο το εξαιρετικό ανθρώπινο δυναμικό της NATIONALE-NEDERLANDEN και οδηγούν την εταιρία σε μια σταθερή ανοδική πορεία και σε αισιόδοξη πρόβλεψη για το μέλλον του ομίλου των εταιριών της NA-



### INTERAMERICAN

✓ Η ΟΛΙΚΗ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ INTERAMERICAN ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΑΠΛΩΣ ΑΛΛΟ ΕΝΑ SLOGAN! Μέσα στα πλαίσια του έτους ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ, η Διεύθυνση Προσωπικού και η Διεύθυνση Εκπαίδευσης και Ποιότητας της INTERAMERICAN, οργάνωσαν μια ΗΜΕΡΙΔΑ ΟΛΙΚΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΟΣ, που έγινε την Τετάρτη 23 Οκτωβρίου 1991, στο Αμφιθέατρο του κτιριακού συγκροτήματος INTERAMERICAN-PLAZA.

Στην ημερίδα, συμμετείχαν σαν ομιλητές εκπρόσωποι πρωτοπόρων ποιοτικά εταιριών όπως: η PHILIPS, η TEXACO, η ERGON και το DEREER COLLEGE, δίνοντας τις απόψεις τους για το τι εννοούν μιλώντας για την εφαρμογή της Ολικής Ποιότητας στη χώρα μας.

Σε σύντομο χαιρετισμό ο κ. Β. Καλτσάς, Αναπληρωτής Γεν. Διευθυντής της INTERAMERICAN, τόνισε ότι «το MANAGEMENT ΠΟΙΟΤΗΤΟΣ, αποτελεί σήμερα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στο επιχειρησιακό χώρο, όπου όλοι καλούμεθα να προσφέρουμε τις υπηρεσίες μας. Ο πελάτης μας αναμένει ποιοτική εξυπηρέτηση! Είμεθα βέβαιοι, ότι η ανταλλαγή αυτών των εμπειριών μεταξύ των πρωτοπόρων εταιριών μας, πράγματι ωφελεί, τόσο τον

NATIONALE-NEDERLANDEN στην Ελλάδα.

Σε αναγνώριση των προσπαθειών αυτών και προκειμένου να τιμηθούν ανάλογα οι συντελεστές της επιτυχημένης πορείας της NATIONALE-NEDERLANDEN συμμετείχαν και στελέχη της διοικήσεως της εταιρίας από την Ολλανδία.

Επικεφαλής των ταξιδιών αυτών ήταν όπως πάντα ο γενικός διευθυντής και νόμιμος αντιπρόσωπος του ομίλου των εταιριών της NATIONALE-NEDERLANDEN στην Ελλάδα κ. Παναγιώτης Καραλής, ο διευθυντής πωλήσεων και marketing κ. Μανώλης Ανδρόνικος και άλλα στελέχη της εταιρίας.

καθένα μας μεμονωμένα σαν μέλος του συνόλου όσο και την εταιρία μας γενικότερα. Ας γίνουμε λοιπόν, όλοι εμείς, που πιάσαμε νωρίς τη σημασία της ποιότητας στις επιχειρήσεις μας, ο πυρήνας για την ευρύτερη διάδοση της ΟΛΙΚΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ στη χώρα μας».

Είναι αλήθεια ότι, η ενεργός συμμετοχή του ανθρώπινου δυναμικού συμβάλλει στην επίτευξη της Ολικής Ποιότητας στην εταιρία.

Στη φωτογραφία, διακρίνονται οι κ.κ. Π. Καραχάλιος, Διευθυντής Μηχανογράφησης INTERBANK, ο κ. Θ. Λύχρος, Διευθυντής Αποζημιώσεων της INTERAMERICAN, ο κ. Β. Καλτσάς, Αναπληρ. Γενικός Διευθυντής της INTERAMERICAN, ο κ. Ν. Λογοθέτης, Διευθυντής Ποιότητας της ERGON S.A., ο κ. Α. Σπανός, Διευθυντής Εκπαίδευσης και Ποιότητας της INTERAMERICAN, ο κ. Π. Πολυχρονιάδης, Διευθυντής Ποιότητας και Μέλος Δ.Σ. TEXACO, η κα Μυλωνά υπεύθυνη Σχολής Διοικητικού Δυναμικού της INTERAMERICAN, ο κ. Π. Νικολόπουλος, Διευθυντής Προσωπικού της INTERAMERICAN, ο κ. Γ. Ρεβελιώτης, Διευθυντής Ποιότητας PHILIPS και ο κ. Ν. Βιολάκης, υπεύθυνος εκπαιδευτικών Προγραμμάτων Ποιότητας της INTERAMERICAN.

### Πρώτο ταξίδι Ιαπωνία - Χονγκ Κονγκ 1991

Οι «Πρώτοι των Πρώτων» 150 περίπου managers, ασφαλιστές και ασφαλίτριες μαζί με τα στελέχη της εταιρίας πραγματοποίησαν τον Αύγουστο 1991 το πραγματικά μαγευτικό ταξίδι στην πιο προηγμένη χώρα της Άπω Ανατολής, την Ιαπωνία.

Οι ξεναγήσεις έδωσαν την ευκαιρία σ' όλο το γκρουπ να απολαύσει τα αξιοθέατα της χώρας και οι εντυπώσεις όλων ήσαν ενθουσιώδεις. Η ομάδα επισκέφθηκε και τα κεντρικά γραφεία της NATIONALE-NEDERLANDEN Ιαπωνίας όπου τους επιφυλάχθηκε θερμότατη υποδοχή και τους έγινε μια εντυπωσιακότατη παρουσίαση ▶

της πορείας της εταιρίας στην Ιαπωνία.

Μετά την Ιαπωνία ακολούθησε επίσκεψη στα νότια της ασιατικής ηπείρου το Χόνγκ Κονγκ. Το Χόνγκ Κονγκ προσέφερε μια μοναδική εμπειρία και όλοι έμειναν εντυπωσιασμένοι από τις ξεναγήσεις απολαμβάνοντας τα αξιοθέατα. Και εδώ επισκέφθηκαν τα γραφεία της NATIONALE-NEDERLANDEN στο Χόνγκ Κονγκ.

#### Δεύτερο ταξίδι Σιγκαπούρη-Μπανγκόκ-Πατάγια 1991

Ένα ακόμη επιτυχημένο ταξίδι στην εξωτική Ασία Σιγκαπούρη-Μπανγκόκ-Πατάγια πραγματοποιήθηκε με την συμμετοχή 200 περίπου managers, ασφαλιστών, ασφαλιστριών και στελεχών της εταιρίας.

Στο ταξίδι αυτό είχαν τη δυνατότητα να απολαύσουν τα αξιοθέατα της πόλης, να γευτούν τα παραδοσιακά εδέσματα και να παρακολουθήσουν τοπικούς χορούς.

Η επίσκεψη στα κεντρικά γραφεία της NATIONALE-NEDERLANDEN έδωσε την ευκαιρία να απολαύσουν την παραδοσιακή ασιατική φιλοξενία.

#### Τρίτο ταξίδι Κρουαζιέρα Αίγυπτος-Ισραήλ 1991

Η προσπάθεια και τα δυναμικά αποτελέσματα πρέπει πάντα να επιβραβεύονται. Έτσι και φέτος πραγματοποιήθηκε ένα ακόμη ταξίδι με την συμμετοχή 350 περίπου managers, ασφαλιστών και ασφαλιστριών στους μαγευτικούς τόπους της Αιγύπτου και του Ισραήλ.

Η Αίγυπτος προσέφερε σ' όλους μοναδικές εμπειρίες με τους σημαντικούς αρχαιολογικούς θησαυρούς της. Στη συνέχεια στο Ισραήλ επισκέφθηκαν τους Αγίους Τόπους, το λίκνο του Χριστιανισμού.

#### ΣΥΝΕΝΩΣΗ ΤΩΝ ΔΥΟ ΕΝΩΣΕΩΝ

Ως ιστορικής σημασίας για την ελληνική ασφαλιστική αγορά χαρακτηρίζεται η απόφαση περί ΣΥΝΕΝΩΣΕΩΣ των δύο Ενώσεων Ασφαλιστικών Εταιριών της χώρας, της «ΕΝΩΣΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ» και της «ΕΝΩΣΗΣ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ», στην οποία πρόσφατα κατέληξαν οι εκπρόσωποι των Διοικητικών τους Συμβουλίων.

Σύμφωνα με την απόφαση αυτή, οι ασφαλιστικές εταιρίες της χώρας, περιλαμβανομένων των εταιριών του δημοσίου και ιδιωτικού τομέως, καθώς και των αλλοδαπών που λειτουργούν στην Ελλάδα, θα εκπροσωπούνται από μια και μόνο ένωση, με την επωνυμία «ΕΝΩΣΗ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΕΛΛΑΔΟΣ», η οποία και θα αποτελεί το αναγνωρισμένο επαγγελματικό σωματείο τους.

Η πιο πάνω απόφαση ανταποκρίνεται πλήρως στο αίτημα όλων των ασφαλιστικών εταιριών για μια ενιαία και ισχυρή εκ-

προσώπησή τους, ικανή να προασπίσει και να προαγάγει τα συμφέροντά τους καθώς και να τις υποστηρίξει στις προσπάθειές τους να ανταπεξέλθουν στις συνθήκες του ιδιαίτερα αυξημένου ανταγωνισμού που επιφυλάσσει το μέλλον.

Η συνένωση των δύο ενώσεων θα αποβεί προς όφελος ολόκληρου του θεσμού της ιδιωτικής ασφάλισης, ο οποίος λόγω της τεράστιας σημασίας που έχει για το κοινωνικό σύνολο και την εθνική οικονομία επιβάλλεται να ενισχυθεί και να αξιοποιηθεί, όπως έχει συμβεί και στις άλλες ευρωπαϊκές χώρες.

Οι σχετικές διαδικασίες αναμένεται να ολοκληρωθούν στις αρχές του επόμενου χρόνου.

#### ΝΟΜΙΚΗ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ARAG ΚΑΙ 1992:

Η ARAG είναι μεγάλος ασφαλιστικός οργανισμός Νομικής Προστασίας στην Ευρώπη με έδρα το Ντύσσελντορφ και 60 υποκαταστήματα στις υπόλοιπες πόλεις της Γερμανίας.

Σήμερα η εταιρία αντιπροσωπεύεται στις περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες



προσφέροντας τις πλέον σύγχρονες καλύψεις στον Κλάδο Νομικής Προστασίας.

Θυγατρικές εταιρίες και υποκαταστήματα διατηρεί σ' όλες τις χώρες της Δυτ. Ευρώπης και γραφεία διακανονισμού στην Ανατολική Ευρώπη και στις χώρες που βρέχονται από τη Μεσόγειο Θάλασσα.

Η ολοκλήρωση της εσωτερικής αγοράς

Στις 28 Σεπτεμβρίου '91 έγινε ο γάμος του αγαπητού σε όλους μας Δημήτρη Νικολιά με την Κατερίνα Μπουζινέκη.

Κουμπάρος ο διευθυντής ομαδικών ασφαλίσεων ALLIANZ Ανδρέας Σαουσόπουλος. Να ζήσουν ευτυχισμένοι!



της EOK το 1992 θα βρει την ARAG να αντιπροσωπεύεται σ' όλες τις χώρες της Κοινότητας, γιατί η πολιτική της από χρόνια τώρα ήταν η εξυπηρέτηση των ασφαλισμένων όχι μόνο σ' εθνικό αλλά και διεθνές επίπεδο. Έτσι και στη χώρα μας η ARAG κάνει αισθητή την παρουσία της στην ασφαλιστική αγορά από το 1972.

Η πρώτη κάλυψη της ARAG ήταν η νομική προστασία οχήματος. Οι ανάγκες όμως της αγοράς οδήγησαν την εταιρία στην επέκταση της προσφοράς της.

Σήμερα προσφέρονται προγράμματα που καλύπτουν πολλούς τομείς τόσο της ιδιωτικής όσο και οικονομικής ζωής όπως προστασία οικογένειας, νομική προστασία επιτηδευματιών και ελευθέρων επαγγελματιών, νομική προστασία οικιών και διαμερισμάτων, νομική προστασία διαχειριστών πολυκατοικιών κ.λπ.

Σ' όλη αυτή τη μακρόχρονη πορεία η ARAG δημιούργησε την απαραίτητη εμπιστοσύνη στο ασφαλιστικό κοινό. Γιατί εμπιστοσύνη είναι η βεβαιότητα του αισθήματος, ότι υπάρχει κάποιος που είναι πιο ισχυρός από μας, για να μας συμπαρασταθεί, αν αυτό χρειαστεί. Εμπιστοσύνη σ' εμάς σημαίνει τη βεβαιότητα, ότι είσαι καλά εξοπλισμένος για όλες σου τις νομικές διαφορές. Η ARAG είναι ο οικονομικά εύρωστος και εξειδικευμένος συνεταιίρος πολλών ανθρώπων που διεκδικούν το δικαίό τους, κι αυτό γίνεται με την πετυχημένη παρουσία της σ' όλα τα κράτη της Ευρώπης. Οι ασφαλισμένοι της ARAG δεν χρειάζεται να παραιτηθούν από τις δικαίαι απαιτήσεις του από το φόβο των δυσβάστακτων εξόδων, τώρα κανένας δεν είναι ισχυρότερος απ' αυτούς, γιατί η ARAG αναλαμβάνει το οικονομικό βάρος.

Πάνω από 3 εκατ. ανέρχονται οι ασφαλισμένοι της ARAG στη Γερμανία και στην Ελλάδα όσοι επιθυμούν να ασφαλισθούν ή συνεργασθούν μπορούν να τηλεφωνήσουν στα τηλέφωνα 7759526 - 7752833. Φειδιππίδου 2 - 115 26 Αθήνα FAX: 7710807.

#### HELVETIA

Η Ασφαλιστική Εταιρία HELVETIA ΖΩΗΣ πραγματοποίησε στο Ξενοδοχείο ΧΙΑΤΟΝ το πρώτο Πανελλήνιο Συνέδριο της με θέμα «Τρία χρόνια HELVETIA ΖΩΗΣ - Επιτεύγματα Προοπτικές».

Από το δίκτυο πωλήσεων της HELVETIA ΖΩΗΣ, που σήμερα αποτελείται από 26 Υποκαταστήματα και Γραφεία σε όλη την Ελλάδα παρευρέθηκαν στο Συνέδριο 225 Ασφαλιστές που διακρίθηκαν για το ύψος και την ποιότητα της παραγωγής των.

Βασικοί ομιλητές του Συνεδρίου ήταν ο Διευθυντής Πωλήσεων κ. Μ. Ασωνίτης που αναφέρθηκε στη συγκρότηση και στις επιτεύξεις της HELVETIA ΖΩΗΣ, ο Οικονομολόγος και τώως Υποδιοικητής της ETBA κ. Ι. Γεωργάνας με θέμα «Ελληνική Κεφαλαιαγορά και Αμοιβαία Κεφάλαια» και ο Διευθύνων Σύμβουλος των Ασφαλιστικών Εταιριών HELVETIA στην Ελλάδα κ. Ιερώνυμος Δελένδρας που αναφέρθηκε στην Ασφάλιση Ζωής στην Ενωμένη Ευρώπη.

Στο Συνέδριο και κάτω από τον τίτλο «Το δίκτυο πωλήσεων στο προσκήνιο» πραγματοποιήθηκε ένα πάνελ που έδωσε την ευκαιρία να συζητηθούν θέματα που απασχολούν την ελληνική και διεθνή ασφαλιστική αγορά.

Κατά τη διάρκεια του Συνεδρίου βραβεύθηκαν για τις εξαιρετικές επιδό-



Ο κ. Ι. Δελένδρας.



Ο κ. Μ. Ασωνίτης.



Οι βραβευθέντες Διευθυντές Υποκαταστημάτων και Ασφαλιστές.

σεις τους οι τρεις πρώτοι Διευθυντές Υποκαταστημάτων, κ.κ. Ιωάννης Δασκαλόπουλος, Νικόλαος Αδάμ, Ντομένικος Απέργης, καθώς και 12 διακριθέντες ασφαλιστές.

Ο Διευθύνων Σύμβουλος των Εταιριών HELVETIA στην Ελλάδα κ. Ι. Δελένδρας χαιρετίζοντας στο Συνέδριο είπε μεταξύ άλλων ότι η HELVETIA ΖΩΗΣ μέσα στα πρώτα χρόνια λειτουργίας της ξεπέρασε και φθάνοντας το

1991 το 1 δισεκ. νέα ασφαλιστήρια, συγκρότησε ένα δυναμικό δίκτυο πωλήσεων και θεμελίωσε ένα δημιουργικό κλίμα εργασίας και ανθρωπίνων σχέσεων. Και προπάντων ακολουθήθηκε υποδειγματικά η πολιτική της HELVETIA που είναι «Ποιότητα στα προϊόντα, ποιότητα στους συνεργάτες, ποιότητα στην εξυπηρέτηση, ποιότητα παντού. Πρόοδος και ανάπτυξη μόνον μέσα από την ποιότητα».



#### ALICO

ΜΕ ΤΗΝ ALICO ΣΤΗΝ ΚΥΠΡΟ ΚΑΙ ΣΤΟΥΣ ΑΓΙΟΥΣ ΤΟΠΟΥΣ. Με ιδιαίτερη επιτυχία πραγματοποιήθηκε πρόσφατα ένα ακόμη Εκπαιδευτικό Συνέδριο της ALICO, αυτή τη φορά στην Κύπρο και στους Αγίους Τόπους.

Λευκωσία, Λάρνακα, Πάφος, Δεμεσός, ήταν μερικές μόνον από τις πόλεις που επισκέφθηκαν στην Κύπρο τα επίλεκτα στελέχη του παραγωγικού δυναμικού της ALICO μαζί με την διοίκηση της εταιρίας.

Η γεύση από τις ομορφιές και τη ζεστή φιλοξενία του νησιού ολοκληρώθηκε με την περιήγηση στην Κυπριακή ύπαιθρο, ε-

νώ ξεχωριστό ενδιαφέρον είχε η επίσκεψη στα Κεντρικά Γραφεία της ALICO Κύπρου.

Μια ιδιαίτερα συγκινητική στιγμή ήταν αυτή της κατάθεσης στεφάνου στο Μνημείο των Κυπρίων Πεσόντων.

Το ταξίδι, όμως, περιελάμβανε και μια υπέροχη κρουαζιέρα στην Ανατολική Μεσόγειο, με επίσκεψη στις πιο γνωστές τοποθεσίες του Ισραήλ. Οι εκδρομείς περιηγήθηκαν στην Ιερουσαλήμ, τη Βηθλεέμ, στη Ναζαρέτ, την Κανά και την Γαλιλαία.

Στο αεροπλάνο της επιστροφής, όλοι συμφώνησαν ότι το τόσο όμορφο αυτό ταξίδι ήταν μια εμπειρία που θα μείνει πραγματικά αξέχαστη.



Δυο άνθρωποι του δικού μας χώρου ένωσαν τις ζωές τους στις 13 Δεκεμβρίου.

Ο Αλέξης Πεβερέτος και η Μαίρη Κουζούπη γραμματείς της INTRAMERICAN του υποκ/τος Αυγικού και οι δυο.

Ευχόμαστε να ζήσουν ευτυχισμένοι



## ALICO

✓ 15ο ΣΥΝΕΔΡΙΟ ΕΠΙΛΕΚΤΩΝ ΑΣΦΑΛΙΣΤΩΝ. Άλλο ένα Συνέδριο Επιλέκτων Ασφαλιστών της ALICO ολοκληρώθηκε πρόσφατα με συμμετοχή περισσότερων από 100 στελεχών της ALICO από ολόκληρη την Ελλάδα.

Στο Συνέδριο έγινε εκτενής αναφορά στην εξαιρετική πορεία της Εταιρίας και για το 1991 από τον Αναπληρωτή Γενικό Διευθυντή κ. Γ. Μάνδηλα και τον Διευθυντή ΜΑΡΚΕΤΙΝΓ Ατομικών Συμβολαίων κ. Μ. Χατζηδημητρίου. Παράλληλα επισημάνθησαν για μια ακόμη φορά οι στόχοι και οι προκλήσεις του 1992.

Στο δεύτερο μέρος του Συνεδρίου, ο ΤΡΕΑΣΥΡΕΡ της ALICO κ. Μ. Καρύδας, ανέλυσε θέματα που αφορούν το θεσμό των Αμοιβαίων Κεφαλαίων.

Μετά το κλείσιμο των εργασιών του Συνεδρίου, ακολούθησε γεύμα στο οποίο παρακάθησαν όλοι οι συμμετέχοντες.

## Έγινε το 2ο Συνέδριο του Συνδέσμου Συντονιστών Παραγωγών Ασφαλίσεων Ελλάδος Αλλά...

Δυστυχώς μειωμένο ενδιαφέρον έδειξε ο υπουργός κ. Ανδριανόπουλος για το συνέδριο των συντονιστών στο οποίο προσήλθε να επαναλάβει ευχές και να φύγει αμέσως, αφού ανακοίνωσε πως έχει άλλες προτεραιότητες με τις προβληματικές και μετά να ενημερωθεί... και για τα ασφαλιστικά. Δίκαια και ο κ. Βασ. Καλτσάς που καταχειροκροτήθηκε πέταξε το καρφί του λέγοντας πως «οι υπουργοί ασχολούνται με τις προβληματικές κι όχι με ανθηρούς κλάδους, όπως η ασφαλιστική βιομηχανία, που αμβλύνει τόσα κοινωνικά προβλήματα, με απόλυτη απουσία κινητήρων όπου τόσα θα μπορούσαν να γίνουν σ' ένα χώρο που έχει χώρο για όλους!».

Μειωμένη και η συμμετοχή σε σχέση με το προηγούμενο συνέδριο. Δήλωσαν συμμετοχή 244 άτομα από 20 εταιρίες σε σύνολο 160 εταιριών.

Κάτι δεν πάει καλά και οι managers

δεν δείχνουν το ενδιαφέρον που έπρεπε. Ίσως ο σύλλογος πρέπει να απαλλαγεί από τη σκιά των προκαταλήψεων στις σχέσεις του με τις εταιρίες και τις πιθανές ισορροπίες των «πρώτων» και «δεύτερων» που τόσα δεινά έφεραν στις ασφαλιστικές ενώσεις που επιτέλους ενώθηκαν και ελεύθερος να επιλέγει πρόσωπα που έχουν να επιδείξουν έργο για να προσελκύσουν το ενδιαφέρον των managers με θέματα που κινεί και ενδιαφέρουν για την παραπέρα πορεία του κλάδου και όχι γενικότητες και «πρεπολογία».

Ο σκοπός είναι κοινός. Καλοί managers σημαίνει καλές εταιρίες. Και ο σύλλογος συντονιστών πρέπει να επιτελέσει το έργο του ελεύθερος από εταιρίες και προσωπικές προβολές.

Άλλωστε το επίπεδο όπως λένε κι άλλο ανεβαίνει και ωριμάζει.

## Ο κ. ΑΝΔΡΕΑΣ ΓΕΩΡΓΙΟΥ Μέλος του διοικητικού συμβουλίου Limra Αμερικής

Ο κ. Ανδρέας Γεωργίου, Διευθύνων Σύμβουλος της Universal Life, έχει εκλεγεί, πρόσφατα στο Chicago της Αμερικής, ύστερα από υπόδειξη ειδικής επιτροπής, μέλος του Διοικητικού Συμβουλίου της LIMRA (Life Insurance Marketing and Research Association) του μεγάλου αυτού Οργανισμού που εδρεύει στην Αμερική και που σήμερα μέλη του είναι οι πλείστες ασφαλιστικές εταιρίες Ζωής της Βορείου Αμερικής και Ευρώπης.

Η θητεία του Διοικητικού Συμβουλίου είναι τριετής. Οι κύριες ευθύνες και καθήκοντα του Συμβουλίου είναι ο προγραμματισμός της αναπτυξιακής πολιτικής της LIMRA, η επίβλεψη των δραστηριοτήτων του Οργανισμού, η αξιοποίηση ερευνών σχετιζομένων με τις Ασφάλειες Ζωής, η λήψη αποφάσεων σε μείζονα θέματα κ.λπ.

Επίσης ο κ. Γεωργίου έχει επιλεγεί από το Συμβούλιο να προεδρεύσει σε διάφορες επιτροπές της LIMRA όπως αυτή της Διεθνούς Συμβουλευτικής Επιτροπής που γίνεται δυο φορές τον χρόνο, ενώ του έχει ζητηθεί να λάβει μέρος στην Ετήσια Συνάντηση Προγραμματισμού του Οργανισμού για το 1992.



Η Universal Life είναι η πρώτη Εταιρεία στην Κύπρο που έγινε μέλος της LIMRA το 1976 και που το παράδειγμά της ακολούθησαν ύστερα κι άλλες εταιρίες.

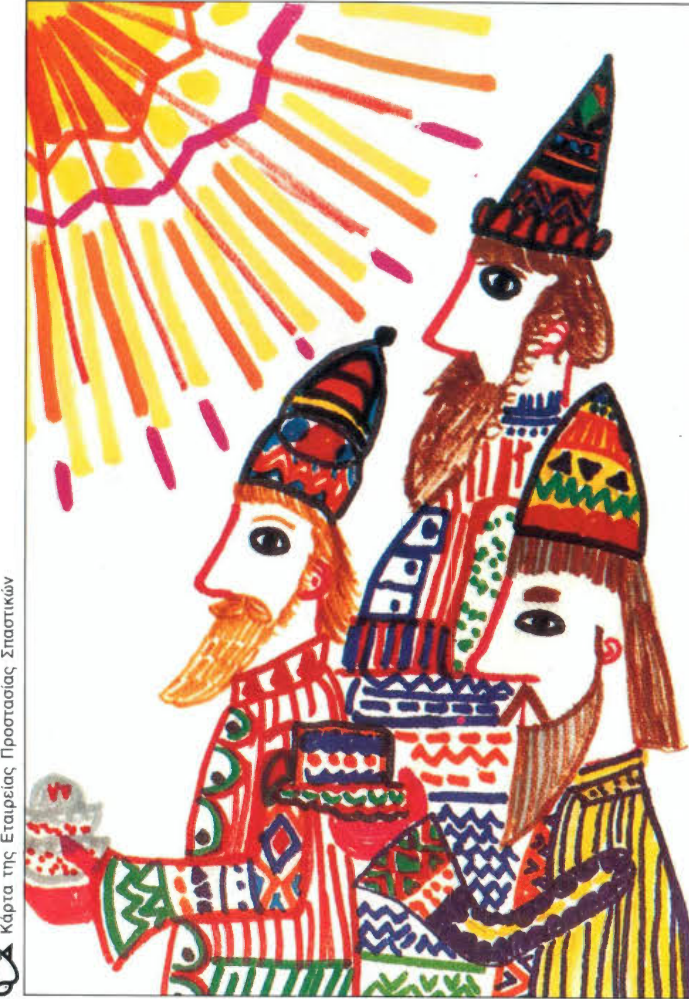
Ο κ. Γεωργίου διετέλεσε Πρόεδρος της Κυπρο-Ελλαδικής Επιτροπής της LIMRA. Σήμερα είναι Αντιπρόεδρος της LIMRA (Ευρώπης) και από τον Ιούνιο 1992 θα αναλάβει την Προεδρία για μια διετία.

## Το νέο Δ.Σ. της «ΚΟΥΜΠΑΣ Α.Ε.»

Με απόφαση της τακτικής γενικής συνέλευσης των μετόχων και το υπ' αριθ. 103/28.6.91 πρακτικό του Δ.Σ. της ανώνυμης εταιρίας «ΚΟΥΜΠΑΣ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΟΙ ΠΡΑΚΤΟΡΕΣ Α.Ε.», εξελέγησαν τα νέα μέλη του διοικητικού συμβουλίου, το οποίο συγκροτήθηκε σε σώμα ως εξής:

1. Γεώργιος Κούμπας, πρόεδρος και δ. σύμβουλος
2. Αναστάσιος Γ. Τζαβέλλας, αντιπρόεδρος.
3. Ιωάννης Αρναούτης, σύμβουλος.
4. Δημήτριος Σταυρόπουλος, σύμβουλος.
5. Ιωάννης Κ. Συμεωνίδης, σύμβουλος.
6. Δημήτριος Ρουχωτάς, σύμβουλος
7. Χρύσανθος Γκλάβας, σύμβουλος.
8. Ηρακλής Δ. Ανδρεώλας, σύμβουλος.

# ΟΙ ΚΑΛΥΤΕΡΕΣ ΕΥΧΕΣ ΕΙΝΑΙ ΤΑ ΕΡΓΑ...



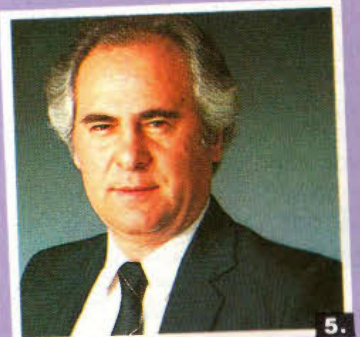
Κάρτα της Εταιρείας Προστασίας Σπαστικών

Ο σύγχρονος άνθρωπος  
χρειάζεται αγάπη, υγεία,  
ευτυχία, ασφάλεια.

Η INTERAMERICAN το πιστεύει  
και το κάνει πράξη με έργα  
ουσίας. Έργα κοινωνικά.  
... Έργα που σέβονται και  
προστατεύουν τον άνθρωπο!

ΜΕ ΣΕΒΑΣΜΟ ΓΙΑ ΤΟΝ ΑΝΘΡΩΠΟ

**INTERAMERICAN**  
Μεγάλη και Σίγουρη!



INTERAMERICAN είναι η μεγάλη πρωταγωνίστρια σε πολλά έργα και διαφορετικούς ρόλους.

2. Φοίνιξ: Πίσω απ' τα μετάλλια των ανθρώπων της πρώτης γραμμής υπάρχει στρατιά ανθρώπων υποστήριξης του έργου μιας εταιρίας... Νέες προσπάθειες και νέοι στόχοι στον Φοίνικα...

3. Επιτυχημένες προσπάθειες από έναν αξιόλογο και αυτοδημιούργητο επιχειρηματία, τον Παύλο Ψωμιάδη με την εξάπλωση του ομίλου ΑΣΠΙΣ-ΠΡΟΝΟΙΑ. Ασφάλειες, αμοιβαία κεφάλαια, πιστωτική κάρτα, χρηματοπιστωτική εταιρία, υπό ίδρυση μια τράπεζα και μεταφορά σε νέα πολυτελή, ιδιόκτητα γραφεία.

4. Στο 1991 έκανε την εμφάνισή της και η μεγαλύτερη ασφαλιστική εταιρία της Ευρώπης ALLIANZ με την απόφαση να ηγηθεί και στην ασφ. αγορά. Ο κ. Δελένδρας θα είναι ο πρόεδρος του Δ.Σ. των εταιριών ALLIANZ στην Ελλάδα, είπε πως θα προκύψουν μεγάλα οφέλη για ασφαλιστές και ελληνική αγορά.

5. Ο Γ. Καπουράνης διαθέτοντας πλούσια εμπειρία, σύνεση, απλότητα και όρεξη για δουλειά έδωσε διέξοδο για επιτυχία στις φιλοδοξίες των συνεργατών του ανεβάζοντας πάντα ψηλά την METROLIFE και στο 1991. Μέ-

1. Δ. ΚΟΝΤΟΜΗΝΑΣ - INTERAMERICAN. Ο ασφαλιστής που συγκέντρωσε τον περισσότερο θαυμασμό στο έργο του από την ελληνική κοινωνία.

Τα φλας της επικαιρότητας άστραψαν πολλές φορές σε χιλιάδες προσπάθειες πριν την κορύφωση της στιγμής των συγχαρητηρίων από τον Πρωθυπουργό της Ελλάδος στη δημιουργία ενός ασφαλιστή. Η ηγετική θέση της INTERAMERICAN επιβεβαιώθηκε αρκετές φορές και σε διαφορετικούς τομείς στο 1991. Άλλωστε για πολλά χρόνια, η Ι-



λος του ευρωπαϊκού οργανισμού Ποιοτικού Μάνατζμεντ καθιέρωσε πρώτη στην αγορά νέα προγράμματα όπως το «ΠΡΙΝ», την ΧΡΥΣΗ ΣΥΝΤΑΞΗ, το ΜΕΤΡΟΚΙΔ και πρόσφατα το ΥΠΕΡΥΓΕΙΑ.

6. Η Continental είχε γρήγορη ανάπτυξη, πλούσια και προσεκτική διατροφή από την μητέρα INTERAMERICAN, δυναμική παρουσία και ανάπτυξη του δικτύου της με νέες και γνωστές συνταγές από τον έμπειρο και ακούραστο Σπύρο Αλεξανδράτο... Υποκαταστήματα στην Αθήνα και επαρχία, και απόκτηση νέων πολυτελών ιδιόκτητων γραφείων, νέα προγράμματα, αξιοποίηση των δυνατοτήτων ομίλου INTERAMERICAN. Δηλαδή η CONTINENTAL είναι η εταιρία με μέλλον...

7. Ο πρόεδρος του ΣΠΑΕ κος Αθ. Αναστασόπουλος απευθύνει χαιρετισμό και ευχές οι ασφαλιστές να ενωθούν στα συμφέροντά τους και την αναβάθμισή τους.

8. Ο Παναγιώτης Καραλής γενικός διευθυντής & νόμιμος αντιπρόσωπος της NATIONALE-NEDERLANDEN έκανε αρκετές προσπάθειες στο 1991 να μειώσει την απόσταση από τον πρώτο με πολλή επιτυχία. Κορυφαία εκδήλωση τα εγκαίνια των νέων κτιρίων της Ν.Ν. Ο Μ. Ανδρόνικος εκφράζει το πάθος για την

πρωτιά που διακρίνει τους ανθρώπους του σ' όλα τα επίπεδα κάτω από την ηγεσία του Παν. Καραλή.

9. Πολλά και καυτά τα προβλήματα της ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΗΣ έφεραν αρκετή δίψα στον δ/ντα σύμβουλο κ. Μπράκο. Με ηρεμία και μεθοδικότητα η Α-

γροτική προετοιμάζεται να στραφεί σε αποδοτικούς τομείς, ανασυγκροτείται και εκσυγχρονίζεται. Ο κ. Μπράκος πιστεύει πως η Αγροτική Ασφαλιστική είναι έτοιμη να αντιμετωπίσει τον ανταγωνισμό.

10. SCOP-LIFE: Ειδική και μοναδική με δυναμική παρουσία όλο

τον χρόνο εμφανίστηκε η SCOP-LIFE. Νέες παρουσίες νέες επιλογές, νέα βελτίωση στην αγορά. Ο κ. Χρ. Νικολάου δ/νων σύμβουλος είχε αρκετή δουλειά και πολλούς προγραμματισμούς. Ευχόμεθα επιτυχίες!

11. Λ. Κόκκινος - Εθνική. Αν και στην φωτογραφία δεν διακρίνεται καλά ο κ. Κόκκινος στο 1991 έκανε πολλές προσπάθειες για την ΕΘΝΙΚΗ. Κορυφαία στιγμή τα 100 Χρόνια-Εθνική. Πολλοί γνώρισαν από κοντά μαζί με την ιστορική πορεία της ΕΘΝΙΚΗΣ και την προσφορά των ασφαλειών στην ελληνική κοινωνία...

12. Ο κ. Ν. Πλακίδης της Α.Γ.Φ. - KOSMOS: Δυναμικά μπήκε στον κλάδο ζωής η ΑΓΦ-KOSMOS. Νέοι άνθρωποι, νέα στελέχη, ελευθερία δημιουργίας και τα αποτελέσματα άρχισαν να έρχονται νωρίτερα από ό,τι περίμενε. Η Α.Γ.Φ. -KOSMOS θα πρωταγωνιστήσει...

13. Αλεξ. Ταμπουράς: Η παρουσία του ήτο εμφανής και η προσφορά του σημαντική σε συνέδρια, επιτροπές, δημόσιες και κατ' ιδίαν συναντήσεις, προφορικές και γραπτές με κάθε τρόπο και με το WHO's WHO που γράφει ασφαλιστική ιστορία...

# Καθαρός πλανήτης - Καθαροί άνθρωποι

## Διεθνές σήμα περιβάλλοντος

Ένα πολύ μεγάλο βήμα για την καλύτερη κατάσταση της ποιότητας ζωής και για τη μείωση της διαρκώς αυξανόμενης ρύπανσης του περιβάλλοντος είναι η χρησιμοποίηση προϊόντων που δε ρυπαίνουν.

Γι' αυτό το λόγο, καθιερώθηκε —στις προηγμένες χώρες— να απονέμεται από το υπουργείο Περιβάλλοντος η πλακέτα με τον μπλε άγγελο σε προϊόντα που δεν είναι επιβλαβή για την υγεία του ανθρώπου και δε ρυπαίνουν το περιβάλλον.

Ο θεσμός αυτός ισχύει από το 1977 τόσο στην Αμερική όσο και στις χώρες της ΕΟΚ. Η μόνη χώρα της ΕΟΚ που μέχρι σήμερα δεν απονέμει αυτό το διεθνές σήμα περιβάλλοντος είναι η Ελλάδα.



Τι είναι όμως αυτή η τόσο επιθυμητή μπλε πλακέτα;

Είναι μια εγγύηση ότι το προϊόν που την κατέχει έχει τις λιγότερες επιπτώσεις στην υγεία και το περιβάλλον, σε σύγκριση με τα ανάλογα ομοειδή προϊόντα.

Είναι μια εγγύηση ότι το προϊόν που την

κατέχει έχει τις λιγότερες επιπτώσεις στην υγεία και το περιβάλλον, σε σύγκριση με τα ανάλογα ομοειδή προϊόντα.

Αυτό το σήμα ποιότητας δεν απονέμεται υποχρεωτικά. Είναι στην κρίση του ενδιαφερομένου να αποδεχθεί ή όχι την τιμητική αυτή διάκριση για κάποιο από τα προϊόντα του που επιλέγει σαν υποψήφιο για την απονομή αυτού του σήματος περιβάλλοντος, με βάση τα αυστηρά κριτήρια της επιτροπής.

Ο ενδιαφερόμενος μπορεί επίσης να χρησιμοποιήσει επισήμως αυτό το σήμα και για διαφημιστικούς σκοπούς. Παράλληλα, οι ανταγωνιστικές επιχειρήσεις τείνουν και αυτές να βελτιώσουν τα προϊόντα τους.

Η τιμητική αυτή διάκριση απονέμεται σε προϊόντα:

- α) που δεν περιέχουν τοξικές και επικίνδυνες ουσίες
- β) που δε δημιουργούν θόρυβο
- γ) σε προϊόντα που μπορούν να ανακυκλωθούν
- δ) που εξοικονομούν ενέργεια ή χρειάζονται λιγότερο νερό.

Η απονομή αυτής της μπλε πλακέτας είναι, με άλλα λόγια, μια έμμεση παρέμβαση του κράτους για να ευνοήσει τα προϊόντα που πληρούν τις ανωτέρω προδιαγραφές.

Επειδή, λοιπόν, το κράτος δεν μπορεί να επέμβει δυναμικά και να απαγορεύσει την κυκλοφορία των προϊόντων που περιέχουν επικίνδυνες και τοξικές ουσίες έχει επινοήσει το θεσμό αυτό για να ενισχύσει την κυκλοφορία των προϊόντων που επιβαρύνουν λιγότερο το περιβάλλον.

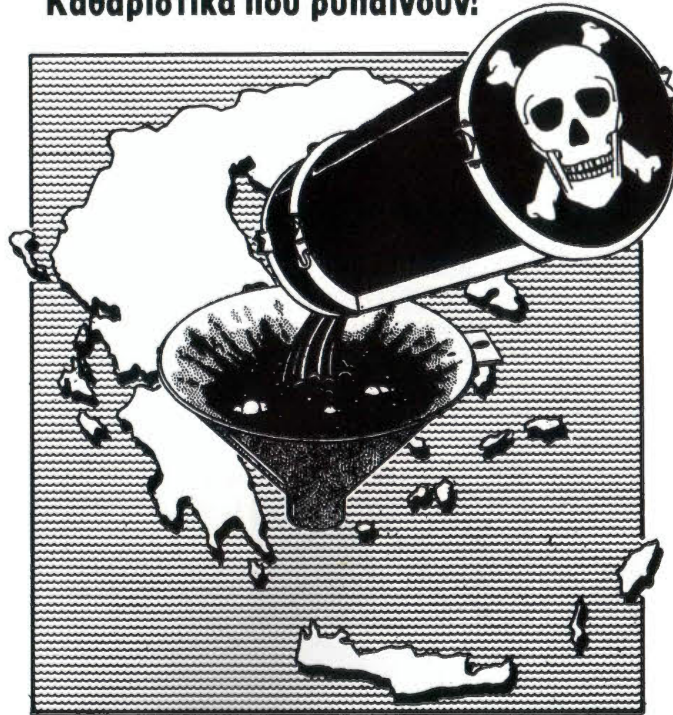
Το υπουργείο Περιβάλλοντος της πρώην Δ. Γερμανίας λ.χ. έχει απονείμει μέχρι το 1990 σε 3.250 είδη την τιμητική αυτή διάκριση.

Η χρησιμότητα και η σπουδαιότητα της εφαρμογής αυτού του σήματος περιβάλλοντος έχει τεράστια αξία.

Η Ελλάδα είναι η μόνη χώρα της ΕΟΚ στην οποία δεν ισχύει ο θεσμός αυτός και θα ήταν ευχής έργο να εφαρμοσθεί το ταχύτερο και σε εμάς.

(ΔΙΑΤΡΟΦΗ & ΥΓΕΙΑ, ΙΟΥΛΙΟΣ 1991)

## Καθαριστικά που ρυπαίνουν!



Αυτό που πρέπει να κατανοήσουμε είναι ότι με το να χρησιμοποιούμε χημικά στο νοικοκυριό μας συμβάλλουμε κατά πολύ στη ρύπανση του περιβάλλοντος. Πολλαπλασιάστε περίπου 4-5 κιλά απορρυπαντικά ανά κεφαλή, το χρόνο, επί 4.000.000 Αθηναίους, για να βρείτε πόσα εκατομμύρια τόννοι απορρυπαντικών χύνονται κάθε χρόνο στο Σαρωνικό.

43.000  
δωρητές  
σώματος

Σταθερή αύξηση των εθελοντών δωρητών σώματος παρατηρείται κάθε χρόνο, αν και η έλλειψη μοσχευμάτων είναι ακόμη μεγάλη. Από τον Ιούνιο του 1985 μέχρι το Δεκέμβριο του 1990 είχαν εγγραφεί 43.000 δωρητές οργάνων με κάρτα δότη. Από αυτούς το 47% ήταν άνδρες και το 53% γυναίκες. Επίσης, η κατανομή ανά 10ετίες ηλικιών, έδειξε

ότι το 55% των δωρητών είναι μεταξύ 20 και 40 ετών. Λιγότερο από το 1% ακύρωσαν την εγγραφή τους, επιστρέφοντας την κάρτα τους. Το 56% των δωρητών

είχαν συμπληρώσει τη δήλωση δότη σε διάφορες υπηρεσίες του δημόσιου τομέα και 44%, σε κοινωνικούς φορείς προώθησης της ιδέας της δωρέας οργάνων. Τα παραπάνω επισημάνθηκαν κατά τη διάρκεια του 7ου Πανελληνίου Συνεδρίου Μεταμοσχεύσεως, οι εργασίες του οποίου ολοκληρώθηκαν χτες στην Αθήνα.



## Για τα πέτρινα μπαούλα, τις σχισμές στις πέτρες, τα πέτρινα νησιά και τι υπάρχει ανάμεσά τους.

«Ο Παπαλάγκι κατοικεί σαν το μύδι σ' ένα σκληρό καβούκι. Ζει ανάμεσα στις πέτρες όπως η σκολόπετρα μέσα στις ρωγμές της πετρωμένης λάβας. Πέτρες είναι γύρω του, δίπλα του και πάνω του. Η καλύβα του μοιάζει μ' ένα όρθιο μπαούλο από πέτρα. Ένα μπαούλο με πολλά συρτάρια και πολλές τρύπες... Αυτά τώρα όλα μαζί: τα πέτρινα μπαούλα με τους πολλούς ανθρώπους, οι ψηλές σχισμάδες που τραβούν προς τα εδώ και προς τα εκεί σαν χιλιάδες ποτάμια, οι άνθρωποι εκεί μέσα, ο θόρυβος και το βουητό, η μαύρη σκόνη και ο καπνός πάνω απ' όλα αυτά, χωρίς ούτε ένα δέντρο, χωρίς το γαλάζιο του ουρανού, χωρίς καθαρό αέρα και σύννεφα — όλα αυτά αποτελούν αυτό που ο Παπαλάγκι ονομάζει «πόλη». Είναι η δική του δημιουργία, και είναι πολύ περήφανος γι' αυτή. Μολονότι εδώ ζουν άνθρωποι που ποτέ δεν έχουν αντικρίσει με τα μάτια τους ένα δέντρο, ποτέ ένα δάσος, ποτέ έναν καθαρό ουρανό, ποτέ το μεγάλο Πνεύμα. Άνθρωποι που ζουν σαν εκείνα τα ερπετά της λιμνοθάλασσας κάτω από τα κοράλλια, μολονότι, αυτά τα βρέχει ακόμη το πεντακάθαρο νερό της θάλασσας και τα φιλάει ο ήλιος με το ζεστό του στόμα. Να είναι άραγε ο Παπαλάγκι περήφανος για τις πέτρες που έχει μαζέψει; Δεν ξέρω. Ο Παπαλάγκι είναι ένας άνθρωπος με εντελώς δική του λογική. Κάνει πολλά που δεν έχουν νόημα και τον αρρωσταίνουν, κι όμως τα εξυμνεί και τραγουδά τραγούδια γι' αυτά του τα κατορθώματα». Λόγοι του φύλαρχου Τουιάβι.

## Πάνες - βρακάκια - σερβιέτες κάνουν ως 500 χρόνια να απορροφηθούν και κουβαλάνε επικίνδυνες ουσίες!

τη μείωση της περιεκτικότητας του χαρτοπολτού σε διοξίνη κατά 75%.

Στην ίδια καταγγελία αναφέρεται και ο κίνδυνος άλλων προβλημάτων από το πολυακρικό νάτριο, μια ουσία που χρησιμοποιείται στις «σούπερ» απορροφητικές πάνες. Βέβαια η ουσία αυτή υπό κανονικές συνθήκες δεν έρχεται σε επαφή με το μωρό, όμως ποιος μπορεί να εγγυηθεί ότι δεν υπάρχουν ελαττωματικά προϊόντα, με τρύπες ή σχισμές που επιτρέπουν τη διαρροή του απορροφητικού υλικού;

Το ίδιο πρόβλημα υπάρχει και σε ορισμένους τύπους «σερβιέτας».

Αλλά και το περιβάλλον δε μένει ανε-

πηρεαστο από τη χρήση αυτών των προϊόντων: η αδιάβροχη εξωτερική επιφάνειά τους αποτελείται από πολυπροπυλένιο, ένα υλικό που ο χρόνος απορρόφησής του από το φυσικό περιβάλλον μπορεί να φτάσει και τα 500 χρόνια!

Για την αποφυγή αυτής της επιπλέον επιβάρυνσης του περιβάλλοντος, κυκλοφορούν ήδη στις Η.Π.Α. και σε μερικές ευρωπαϊκές χώρες πάνες - βρακάκια με υλικά φιλικά στο περιβάλλον. Επίσης στη διεθνή αγορά εμφανίστηκαν βρακάκια πολλών χρήσεων. Η χρησιμοποίησή τους μπορεί να μειώσει ως 25% τη σχετική δαπάνη μιας οικογένειας.

## ΣΤΟ ΕΠΟΜΕΝΟ ΝΑΙ ΤΟ ΠΡΩΤΟ ΤΟΥ 1992

**ΔΙΑΒΑΣΤΕ - ΧΑΡΕΙΤΕ- ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΤΕ**  
το περιοδικό που κατέκτησε  
την πρώτη θέση στην καρδιά των ασφαλιστών

### ΜΑΑΣΤΡΙΧΤ:

Ο Αθαν. Παπανδρόπουλος μας ξεναγεί στα συν και πλην που σαν Έλληνες πρέπει να κάνουμε ως το 1999.



### ΑΜΟΙΒΑΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ:

Ο Καθηγητής Οικονομικού Παν/μίου Αθηνών Κ. Χριστόπουλος αναλύει και γράφει το τι έγινε το 1991 με τα Α/Κ.



### ΔΟΡΚΟΦΙΚΗ ΕΙΡΗΝΗ:

Η πρόεδρος της Ιονικής Ασφαλιστικής ζητά βοήθεια στο Στάδιο Ειρήνης και Φιλίας μέσω... Αλβανίας και Ασφαλιστικών Εταιριών!



### ΛΕΥΘΕΡΙΩΤΗΣ ΣΠΥΡΟΣ:

Δημόσιες Σχέσεις και Διαφήμιση. Ένα άρθρο του στελέχους της Εθνικής για το ευαίσθητο αυτό θέμα.



**ΚΑΙ:** Ο Λάμπρος Καραγεώργος επιμελείται τη στήλη των ειδήσεων ΜΕ ΜΙΑ ΜΑΤΙΑ για γρήγορη ενημέρωση σε οικονομικές ειδήσεις που αφορούν Ασφαλιστικές εταιρίες και ασφαλιστές.

**ΚΑΙ:** ΕΙΔΗΣΕΙΣ - ΣΧΟΛΙΑ από ΤΑ ΧΡΗΜΑΤΙΣΤΗΡΙΑ μέσω της νέας συνεργασίας μας με το Χρηματιστηριακό περιοδικό «ΧΡΗΜΑ».

**ΚΑΙ:** Τα νέα προγράμματα ΥΠΕΡΥΓΕΙΑ, ΚΑΡΤΑ ΝΟΣΗΛΕΙΑΣ και τι αλλαγές φέρνουν.

- ΑΚΟΜΑ:**
- Στήλη άλατος και ψάξτε να βρείτε τον εαυτό σας!
  - Η ψυχολόγος Σμαρούλα Παντελή γράφει γι' αυτά που κρύβουν μέσα τους οι ασφαλιστές!
  - Θέματα επικοινωνίας, πωλήσεων, Οικολογικά, ιατρικά και ό,τι αφορά τους ανθρώπους της Αγοράς!

**ΝΑΙ** Το περιοδικό που συμβουλευόμαστε οι επιτυχημένοι και όσοι ενδιαφέρονται για τους επιτυχημένους!

ΓΡΑΦΤΕΙΤΕ ΣΥΝΔΡΟΜΗΤΕΣ ΣΗΜΕΡΑ! ΤΗΛΕΦ. 3229973 FAX 3221525

## ΝΑΙ

ΑΝΕΞΑΡΤΗΤΟ ΔΙΜΗΝΙΑΙΟ  
ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ  
ΤΟΥ ΣΥΓΧΡΟΝΟΥ ΑΣΦΑΛΙΣΤΗ

(Όθωνος 6 - Αθήνα 105 57 -  
ΤΗΛ.: 3229973-8067181  
FAX: 3221525)

Ιδιοκτήτης - Εκδότης:  
**ΕΥΑΓΓΕΛΟΣ Γ. ΣΠΥΡΟΥ**

ΕΔΡΑ: Π. Τσαλδάρη 24α &  
Μιαούλη 7  
- Μαρούσι - ΤΗΛ.: 8054553  
Α.Φ.Μ. 19581649

ΕΠΙΣΤΟΛΕΣ - ΕΠΙΤΑΓΕΣ:  
Ευαγ. Γ. Σπύρου  
(Όθωνος 6 - Αθήνα 105 57 -  
ΤΗΛ.: 3229973-8067181  
FAX: 3221525)

ΤΙΜΗ ΤΕΥΧΟΥΣ ΔΡΧ. 700 -  
ΕΤΗΣΙΑ ΣΥΝΔΡΟΜΗ:  
Ασφαλιστές: 4.000 δρχ. -  
Εταιρίες-Οργανισμοί: 15.000 δρχ.  
- Φοιτητές: 2.000 δρχ.  
Αριθμ. λογαριασμού  
ΕΘΝ. ΤΡΑΠΕΖΑΣ ΕΛΛΑΔΟΣ  
για πληρωμή συνδρομών:  
51342181/104

ΕΙΔΙΚΟΙ ΜΟΝΙΜΟΙ ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ:  
**Νικ. Πάππας** (Θέματα εκπαίδευσης  
μάρκετινγκ ζωής)  
**Ανδρέας Κ. Τσώκος** (ειδικός  
δικηγόρος ασφαλιστικών θεμάτων  
ΤΗΛ.: 3601623-6535690)  
**Σμαρούλα Παντελή** (Ψυχολόγος &  
Σύμβουλος Επιχειρήσεων  
ΤΗΛ.: 7225538)

ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ -ΧΡΗΜΑΤΙΣΤΗΡΙΟ  
**Κώστας Χριστόπουλος**, Ph.D.  
(οικονομολόγος - καθηγητής  
ΑΣΟΕΕ επενδύσεις-αμοιβαία  
κεφάλαια ΤΗΛ.: 6399384-5228912)

ΙΑΤΡΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ  
**Δημ. Λινός**, (ιατρός καθηγητής  
παν/μίου Αθηνών -Βασ. Σοφίας  
110 - ΤΗΛ.: 7771023)

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ  
**Αθ. Παπανδρόπουλος**  
ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ ΕΚΔΟΣΗΣ  
**Δημήτρης Κουκιάς**

ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΑ  
**Τίνα Γκουνητή**  
ΔΙΟΡΘΩΣΗ  
**Άρης Κούνας**

ΚΑΛΛΙΤΕΧΝΙΚΗ ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ  
**Β. Σερφιώτης** (ΤΗΛ.: 9915396)

ΦΩΤΟΣΥΝΘΕΣΗ  
**Χαράλαμπος Πάνος**  
ΤΗΛ.: 3645361 -3605408  
FAX: 3602435

ΦΙΛΜΣ ΜΟΝΤΑΖ  
**«ΓΡΑΦΩΣ»** (Μαυρομιάλη 138,  
ΤΗΛ.: 6435834)

ΕΚΤΥΠΩΣΗ  
**«ΙΝΤΕΡΤΥΠ Α.Ε.»**  
(Αφροδίτης 24 & Ριζούντος,  
Ελληνικό ΤΗΛ.: 9620426-27)

ΤΑ ΕΠΩΝΥΜΑ ΑΡΘΡΑ  
ΕΚΦΡΑΖΟΥΝ ΘΕΣΕΙΣ ΤΩΝ  
ΑΡΘΡΟΓΡΑΦΩΝ ΚΑΙ ΟΧΙ ΤΟΥ  
ΠΕΡΙΟΔΙΚΟΥ «ΝΑΙ»

# 1891-1991

## 100 ΧΡΟΝΙΑ ΜΠΡΟΣΤΑ

**Ε**δώ και 100 χρόνια η ΕΘΝΙΚΗ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΗ βρίσκεται πάντα ΜΠΡΟΣΤΑ. Πρωτοπορώντας και θέτοντας γερές βάσεις υποδομής στις γενικές ασφαλίσεις και στις ασφάλειες ζωής. Συμβάλλοντας στην εθνική οικονομία. Συνεισφέροντας στις πιο δύσκολες στιγμές της Ελλάδας.

**Μ**ε τη συμμετοχή των σημαντικότερων ελληνικών τραπεζών της εποχής και με κύριο μέτοχο την ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ, στις 15 Ιουνίου 1891 ιδρύεται η Ελληνική Εταιρία Γενικών Ασφαλειών «Η ΕΘΝΙΚΗ».

**Π**αρουσία δυναμική, όχι μόνο εντός, αλλά και εκτός των τότε συνόρων: στις ελληνικές παροικίες, στις εστίες του ελληνισμού, στην Κων/πολη, στα μεσογειακά λιμάνια. Στην Κρήτη, μάλιστα, είχε ασφαλιστεί από το 1895 στον Κλάδο Ζωής και ο Ελευθέριος Βενιζέλος, πριν ακόμα η φήμη του φτάσει στην ελληνική πρωτεύουσα.



**Σ**υνεισφορά μοναδική: στο Μακεδονικό Αγώνα, στα χρόνια του 1912-13, στην προσπάθεια ανασυγκρότησης του ελληνικού κράτους.

**Η** ανταπόκρισή της άμεση: όταν τον Αύγουστο του 1917 αποτεφρώθηκε από άγνωστες αιτίες η Θεσσαλονίκη, η ΕΘΝΙΚΗ κάλυψε τη ζημία ύψους 2.200.000 δρχ., ποσό υπέρογκο για την εποχή.



**Μ**ε σημαντική συμμετοχή: στην αποκατάσταση των προσφύγων μετά τη συνθήκη της Λωζάνης, στην ηθική και υλική υποστήριξη των υπαλλήλων της στην Κατοχή, όταν οργάνωσε συσσίτιο, μία δαπάνη που κόστισε όλο της το χαρτοφυλάκιο.

**Η** εθνική προσφορά της συνεχίζεται μέχρι και σήμερα. Με την ολοκλήρωση των έργων ανασύλωσης και συντήρησης των υπογείων του κτιρίου της οδού Κοραή 4, του μεγάρου της εταιρίας, που επιτάχθηκε το 1941 από τους Γερμανούς και τα υπόγειά του μετατράπηκαν σε κρατητήρια. Με αίτησή της ο χώρος που ονομάστηκε «Χώρος Ιστορικής Μνήμης 1941-44» κηρύχθηκε διατηρητέο μνημείο από το Υπουργείο Πολιτισμού.

**Α**τενίζοντας τον 21ο αιώνα, η ΕΘΝΙΚΗ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΗ εξακολουθεί να βρίσκεται 100 χρόνια ΜΠΡΟΣΤΑ. ΜΠΡΟΣΤΑ σε αντίληψη, εξυπηρέτηση, σιγουριά. ΜΠΡΟΣΤΑ σε σοβαρότητα, αξιοπιστία, συνέπεια και υπευθυνότητα. ΜΠΡΟΣΤΑ στον Άνθρωπο.

**ΕΘΝΙΚΗ**  
**Η ΠΡΩΤΗ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΗ**

# ΤΑ ΟΝΟΜΑΤΑ ΠΟΥ ΕΞΑΣΦΑΛΙΖΟΥΝ ΤΗ ΖΩΗ ΣΑΣ

Τώρα στην Αγροτική Ζωής, θα βρείτε σίγουρα το πρόγραμμα που εξασφαλίζει εσάς και την οικογένειά σας ακόμα και τους συνεργάτες σας. Το κάθε πρόγραμμα σχεδιάστηκε με βάση τις ιδιαίτερες ανάγκες του ανθρώπου. Γιατί αυτή είναι και η φιλοσοφία της Αγροτικής Ζωής, να αντιμετωπίζει το κάθε άτομο σαν μια ξεχωριστή περίπτωση.

## ΘΕΜΕΛΙΟ

Εξασφαλίστε την οικογένειά σας

Μία ασφάλιση με χαμηλό κόστος που καλύπτει τις οικονομικές σας υποχρεώσεις. Η διάρκεια του προγράμματος μπορεί να είναι ίση με τη διάρκεια των οικονομικών υποχρεώσεών σας. Είναι μια έμπρακτη απόδειξη αγάπης γι' αυτούς που θέλετε να εξασφαλίσετε.

## ΠΗΓΗ

ΜΙΑ ΚΑΘΑΡΗ ΑΠΟΤΑΜΙΕΥΣΗ ΓΙΑ ΣΑΣ

Είναι η ασφάλιση που σας εξασφαλίζει μία σοβαρή σύνταξη ή ένα σημαντικό ποσό σαν εφάπαξ σε μία ορισμένη ηλικία. Η ιδανική ασφάλιση για σας που δεν έχετε οικογενειακές υποχρεώσεις ή τις έχετε φροντίσει.

## ΔΕΣΜΟΣ

ΣΙΓΟΥΡΙΑ ΚΑΙ ΚΕΡΔΟΣ ΓΙΑ ΔΥΟ

Είναι ένα μοναδικό πρόγραμμα για την ταυτόχρονη ασφάλιση δύο ατόμων. Ιδανικό για ζευγάρια ή συνεργάτες εταιρίας περιορισμένης ευθύνης. Προσφέρει 50% προστασία και 50% αποταμίευση.

## ΑΝΟΙΞΗ

Η ΕΞΑΣΦΑΛΙΣΗ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΗ

Ένας συνδυασμός προγραμμάτων ειδικά μελετημένος για τις ξεχωριστές ανάγκες του Έλληνα αγρότη και της οικογένειάς του.

## Ερμής

ΦΡΟΝΤΙΔΑ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΑΝΘΡΩΠΟΥΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΣΑΣ

Ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα ομαδικής ασφάλισης για επιχειρήσεις που απασχολούν από 10 έως 30 άτομα. Εξασφαλίζει τους ανθρώπους σας με μία μεγάλη σειρά καλύψεων.

## ΡΙΖΟΝΤΑΣ

ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΟΛΟΚΛΗΡΗΣ ΖΩΗΣ

Είναι το πρόγραμμα που εξασφαλίζει τους δικούς σας ανθρώπους τότε που δεν θα είστε μαζί τους, με την καταβολή ενός μεγάλου κεφαλαίου.

## Super ΠΑΙΔΙΚΟ

Κάνει το παιδί σας εκατομμυριούχο

Ένα μοναδικό πρόγραμμα εξασφάλισης για το παιδί, που του προσφέρει τις απαραίτητες προϋποθέσεις για επιτυχία και το διασφαλίζει στα βασικά στάδια της ζωής του.

## ΠΛΑΙΣΙΟ

ΣΥΝΔΥΑΣΤΕ ΤΗΝ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΜΕ ΤΗΝ ΑΠΟΤΑΜΙΕΥΣΗ

Ένα ασφαλιστικό πρόγραμμα με διπλή πρόβλεψη. Στη λήξη του σας προσφέρει ένα σημαντικό κεφάλαιο ενώ ταυτόχρονα εξασφαλίζει και εκείνους που θέλετε να προστατέψετε περισσότερο.



## ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΖΩΗΣ

### Η ΑΝΘΡΩΠΙΝΗ ΔΥΝΑΜΗ

Συγγρού 4-6, 11742 Αθήνα, Τηλ. 921 8905-9