

„GAZETA UBEZPIECZENIOWA” – nr 21
„Trzecim okiem”

„Nie dajmy się zwariować... „

Na porządną relację z XII Kongresu Brokerów w Mikołajkach przyjdzie czas w odrębnym dodatku BROKER, który zamieścimy w następnym numerze „Gazety Ubezpieczeniowej”. Tutaj tylko kilka pierwszych, gorących refleksji o imprezie, która na trwałe wpisała się w polski krajobraz ubezpieczeniowy.

Do Mikołajek przyjechały w tym roku 953 osoby. Były lata, że ilość uczestników przekraczała 1000, ale Hotel Gołębiowski nie sprawiał wrażenia pustego. Wręcz odwrotnie, przypominał brzęczący ul, gdzie pracowite pszczołki przemieszczały się z kwiatka na kwiatek, czyli od ubezpieczyciela do ubezpieczyciela, aby zbierać ubezpieczeniowego pyłku i nektaru. A było w czym wybierać, kwiaty pachniały wonnie i słodko. Można przypuszczać, że i pokongresowy miód w tym roku będzie przedni... Najśłodziej brokerom pachniała sopocka **Hestia** i ona dostała doroczną nagrodę *Fair Play*, na drugim miejscu znalazła się **Warta**, a na trzecim **Allianz**.

W tym gronie pszczołek zdarzały się i trutnie. Z jednym rozmawiałam na samym początku przy obiedzie. Kręcił nosem na wszystko w świecie, gdy dla rozluźnienia poprosiłam, aby wskazał coś, co go ostatnio zachwyciło, odrzekł, że „zajebiste niezapominajki” nad jego stawem i to, że przed wyjazdem „bzyknął żonę”.

Ale nie wszystkie trutnie zjechały do Mikołajek, niektóre bzycały z oddali. Dostało się gościowi kongresu, znakomitemu terapeutce i psychologowi biznesu **Jackowi Santorskiemu**. Truteń oznajmił, że Santorski jest lichy i niewiarygodny, bo popierał w swoim czasie bardzo nieciekawego osobnika. Te enuncjacje sprawiły, że na warsztatach pana Jacka trzeba było donosić krzesła, a jego książka *WSKAZÓWKI na dobre i na złe czasy* zniknęła jeszcze szybciej, niż się pokazała.

Mam ją teraz przed sobą, w Mikołajkach czasu nie było, by zerknąć, i zrobiłam to już w Warszawie. Wzruszyłam się na samym wstępie, gdy przeczytałam, że źródłem inspiracji Jacka Santorskiego była m.in. *Dezyderata*, utwór, który od lat wskazuje mi drogę życiową, który nawet kiedyś opublikowałam na ostatniej stronie „Gazety Ubezpieczeniowej” w numerze noworocznym, z życzeniami, aby nasi Czytelnicy karmili się jego treścią przez cały rok. A u Santorskiego jest twórcze, mądre i głębokie rozwinięcie tego niezwykłego utworu.

Tytuły poszczególnych rozdziałów nawiązują do poszczególnych fragmentów *Dezyderaty*:

- Uspokój się
- Dbaj o relacje
- Posłuchaj innych
- Otwórz się na trudnych ludzi
- Nie porównuj się z innymi
- Szanuj pracę i wkładaj w nią serce
- Ufaj i współdziałaj – także w czasach kryzysu
- Bądź sobą

- Zarządzaj przemijaniem
- Rozwijaj siłę ducha – łącz realizm i wiarę
- Bądź łagodny dla siebie
- Poczuj się dzieckiem wszechświata
- Odkrywaj wartości – przywracaj równowagę
- Praktykuj uważność.

Szef Stowarzyszenia brokerów **Jacek Kliszcz** miał powody do zadowolenia, bowiem gdy zwykle pod koniec kongresu sala zaczynała łyścieć, to na podsumowujący wykład Jacka Santorskiego znowu ściągnęły tłumy. Mój mąż, stary dziennikarz, zawsze mi powtarzał: – *Miruniu pamiętaj – źle czy dobrze, byle z nazwiskiem.*

To właśnie Santorski podsumował panel dyskusyjny i rzekł: – *Z czym wyjeżdżam z kongresu? Z wiarą, że mogę wpływać na to, jakimi będą otaczający mnie ludzie, że będą chcieli powracać do podstawowych wartości, takich jak: uczciwość, szacunek, dobro; że trzeba rzeczy upraszczać, aby stały się bardziej przejrzyste; byśmy byli uważni na wszelkie „ruchy tektoniczne”, ale nie popadali w skrajność, czyli w spiskową wizję świata. Nie dajmy się zwariować!* – zaapelował na koniec.

„Nie dajmy się zwariować” – powtarzałam zatem sobie, gdy zaczęłam słuchać kongresowych plotek o Polskiej Izbie Ubezpieczeń, której wiceprezes **Jan Grzegorz Prądyński** gościł na kongresie. Miał krótkie wystąpienie pod koniec, w czasie którego z dumą zaprezentował m.in. nowe logo PIU. – *Czy wie pani redaktor, ile ONI dali za to logo?* – spytano mnie w kularach. Niestety, jak na wszechstronnie poinformowaną dziennikarkę, wypadłam marnie – nie wiedziałam. Gdy padła **ta kwota**, zdębiałam, a potem powiedziałam, że to raczej niemożliwe; niemożliwe, by w czasach największego w ostatnim stuleciu kryzysu finansowego najpoważniejsze ciało zrzeszające ubezpieczycieli wydawało setki tysięcy złotych na swoje logo (nie najbrzydsze, podobne jest zresztą do loga mojej Agencji Wydawniczej OPOKA, które to bodajże za 500 zł zaprojektował nam w 2002 r. świetny grafik **Piotr Wyskok**, wówczas jeszcze student ASP w Warszawie). – *A wie pani, ile wzięła firma, która od roku szuka prezesa PIU?* – tu znowu padła stosowna, podobna w wysokości do poprzedniej kwota. Też nie wiedziałam, i też nie uwierzyłam, ale na temat tego wystąpienia plotkowało już pół kongresu, więc apeluję do PIU:

- *Może ktoś robi Wam krecią robotę i rzuca sumami wziętymi z sufitu. Podajcie je dla świętego spokoju na Waszych stronach internetowych. Nie pozwalajcie, by psuto tyle ubezpieczeniowej krwi, i to tuż (ponoć) przed rozstrzygnięciem biegu po fotel prezesa PIU.*

Kongres brokerów wystosował APEL o edukację ubezpieczeniową, ja apeluję o transparentność kosztów Polskiej Izby Ubezpieczeń. Prezydent **Barack Obama** umieszcza w internecie każdego dolara, który idzie na pomoc sektorowi finansowemu. Czy złotówka gorsza? A nasz internet mniej pojemny?

Bożena M. Dołęgowska-Wysocka

* * *