

PRIMO PIANO

Al via protocollo Consob-Ocf

Via libera definitivo al protocollo d'intesa tra la Consob e l'Organismo di vigilanza e tenuta dell'albo unico dei consulenti finanziari (Ocf), il nuovo ente costituito dalle associazioni dei consulenti finanziari abilitati all'offerta fuori sede, dei consulenti autonomi e delle società di consulenza. Il protocollo tra Consob e Ocf era atteso da tempo e segna l'avvio dell'operatività del nuovo organismo a partire da lunedì 2 luglio. "La firma del protocollo – si legge nel comunicato congiunto – consente il trasferimento all'Ocf delle funzioni istruttorie ora in capo alla Consob relativamente ai consulenti finanziari abilitati all'offerta fuori sede e alle attività propedeutiche all'iscrizione di diritto dei consulenti finanziari autonomi e delle società di consulenza finanziaria". Resta fuori dei compiti di Ocf la prova valutativa d'iscrizione all'albo, ancora in capo a Consob, mentre l'attività istruttoria riguardo l'avvio dei procedimenti cautelari e dei procedimenti sanzionatori nei confronti dei consulenti finanziari abilitati all'offerta fuori sede passa direttamente a Ocf. Tuttavia, si precisa nel protocollo, Consob completerà i procedimenti avviati prima del 2 luglio, adottando i provvedimenti di sospensione cautelare per i prossimi sessanta giorni.

Fabrizio Aurilia

MANAGEMENT

Tre grandi verità sulla Pnl

Metodologia di organizzazione della conoscenza personale, la programmazione neuro linguistica è sostenuta da chi la pratica e tralascia ha ottenuto benefici, ma è sfuggiva nella misurazione dei risultati

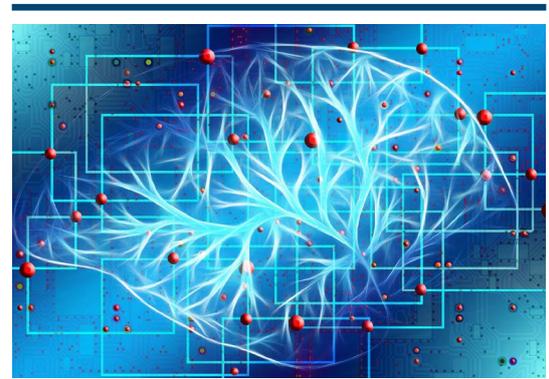
"Nel bene e nel male, purché se ne parli". Così, parafrasando un brano de *Il ritratto di Dorian Gray*, la pensava Oscar Wilde: mai nulla fu più vero per la tanto chiacchierata e discussa programmazione neuro linguistica. Tacciata e maltrattata, esaltata e idolatrata, in bilico tra l'idea di scienza e pseudoscienza, oggetto di critiche eppure strumento idoneo per inenarrabili trasformazioni.

1) COS'È LA PROGRAMMAZIONE NEUROLINGUISTICA?

La Pnl, nel tempo, ha conquistato il diritto di essere considerata elemento essenziale da annoverare tra le conoscenze basilari, quelle che non possono mancare nel *know how* personale e che fanno una concreta differenza nella vita privata e professionale. Che possa essere apprezzata o meno, utilizzata oppure no, chi non conosce la programmazione neuro linguistica rimane fuori dai ranghi del *vincente*, di colui che ha saputo compiere i giusti passi per poter strutturare al meglio il proprio percorso di crescita. La Pnl fa parte delle *metodologie dello sviluppo individuale*, è un vero e proprio modello di struttura della conoscenza. Oggi la Pnl viene usata principalmente da praticanti delle forme di psicoterapia e psicologia parascientifica, soprattutto legati agli ambienti dell'ipnositerapia, del *life coaching*, del marketing e della formazione aziendale. In un'indagine sull'industria del coaching in Australia, il 13% del campione riportava di essere stato formato alla Pnl e/o allo sviluppo personale.

2) LA PNL FUNZIONA NELLE MANI DELL'ESPERTO CHE LA SA APPLICARE.

Come qualunque altro metodo, la Pnl funziona nelle mani dell'esperto che la sa applicare. Ma può essere anche un modo per spillare soldi, come tanti altri. Dipende sempre dalle persone. Il suo grande vantaggio è l'essere una forma di terapia breve: con una singola seduta si possono raggiungere risultati significativi e a volte la completa risoluzione di un problema. Data la grande varietà di modi diversi per operare (submodalità, *time-line*, metafore, ancoraggi, metaprogrammi, solo per citarne alcuni), la Pnl si può applicare con successo alla stragrande maggioranza di problematiche in cui i terapeuti di solito si imbattono. (continua a pag. 2)



INSURANCE CONNECT
È SU FACEBOOK

Segui la nostra pagina



(continua da pag. 1)

In soldoni, con le parole di Bandler e Grinder (*The Structure of Magic*, 1975), la Pnl è "un insieme di modelli, capacità e tecniche per pensare e agire efficacemente nel mondo. Lo scopo della Pnl è essere utile, aumentare le scelte e migliorare la qualità della vita".

3) SCIENZA O PSEUDOSCIENZA? POCO IMPORTA. MA... È UTILE?

Bisogna riconoscere che la Pnl non ha prodotto ricerche standardizzate e validate secondo la scienza classica o, se sono stati raggiunti risultati, non sono stati pubblicati dalle riviste scientifiche *mainstream*... ma questo non è di per sé sufficiente per dire che non funzioni.

La Pnl è tuttora considerata una pseudoscienza e i suoi stessi sostenitori affermano che le applicazioni non debbano necessariamente avere fondamento scientifico perché i principi fondamentali sono "ipotesi di lavoro che possono essere vere o meno. Il problema non è se siano vere, bensì se siano utili".

Alcune delle tecniche utilizzate in Pnl hanno riscontrato, indirettamente, un sostegno scientifico, non col nome di Pnl ma con nomi di teorie diverse (ai fini pratici il nome della teoria non ci interessa, ci interessa il suo uso effettivo e funzionale).

Ad esempio, hanno un solido sostegno scientifico:

1. **la comunicazione ipnotica:** l'ipnoterapia è considerata una delle psicoterapie più efficaci per i disturbi d'ansia, quelli somatoformi, quelli dell'alimentazione, la riduzione di abitudini sconvenienti (come il fumo), le ossessioni, gli attacchi di panico, ma anche semplicemente per il miglioramento delle performance sportive, aziendali, scolastiche.

2. **la ristrutturazione:** si tratta di una tecnica di comunicazione usata in diversi campi, tra i quali anche la psicoterapia (cognitivo comportamentale, strategica, ipnotica). Il suo ruolo principale è quello di riorganizzare il contenuto espresso dal nostro interlocutore in modo tale da fornire un altro punto di vista.

3. **ancoraggio:** nient'altro che l'applicazione di un'ancora a un certo fenomeno ovvero di uno stimolo condizionato. Tutta la ricerca sugli stimoli condizionati è un sostegno a questa teoria.

4. **metaprogramma devo/voglio:** non esiste molta ricerca ufficiale su questi metaprogrammi, tuttavia sono presenti ricerche che si basano su un concetto molto simile. In psicologia del lavoro esistono due costrutti molto simili che si chiamano impegno affettivo (lo faccio perché desidero farlo), e impegno normativo (lo faccio perché devo farlo). E anche qui c'è una coincidenza: in Pnl si afferma che il metaprogramma *voglio* facilita la performance e il raggiungimento degli obiettivi. Indovinate cosa accade quando è molto presente il suo fratello scientifico (ovvero l'impegno affettivo, lo faccio perché desidero farlo?): ebbene sì, aumentano performance lavorativa, performance con punteggio auto-attribuito, performance con punteggio attribuito da altri, comportamenti di cittadinanza organizzativa, altruismo, diminuiscono in azienda le assenze, il turnover e il conflitto casa-lavoro... mica poco (Meyer, Herscovitch, 2001). [testo tratto da un articolo del dott. Igor Vitale, psicologo clinico e del lavoro]

L'OBIETTIVO È MIGLIORARE LE PERFORMANCE

La programmazione neuro linguistica si propone come strumento per influenzare fattori quali l'istruzione, l'apprendimento, la negoziazione, la vendita, la leadership, il team-building. Ha trovato applicazione anche nei processi decisionali e creativi, nello sport e nel *counseling*. È una metodologia di "studio della struttura dell'esperienza soggettiva", come spiega Robert Dilts.

Le tecniche e gli strumenti che propone possono essere utilizzati da tutti, senza distinzione alcuna, e mirano a favorire il raggiungimento di risultati d'eccellenza, tanto in ambito professionale quanto in quello personale. Per utilizzare la Pnl, dunque, non occorre essere un *paziente* affetto da una psicopatologia seria o da un problema riferibile prettamente all'ambito psicoterapeutico (anche perché prima di sparare alto e dire di poter curare le fobie in una seduta, sarebbe più corretto fare ricerca seria su questo argomento).

La Pnl ha come obiettivo quello di comprendere come alcune persone riescano a ottenere determinati risultati e lo fa attraverso l'analisi, l'apprendimento e il modellamento cioè l'acquisizione volontaria di determinati comportamenti. Tale analisi permette di definire un modello comportamentale efficace, che poi deve essere replicato nel paziente. Ai modelli efficaci acquisiti vengono affiancati modelli già in possesso del paziente, ottenuti da esperienze passate positive.

I fautori della Pnl sostengono che "gli esseri umani possiedono già tutte le risorse di cui hanno bisogno, pur essendo queste risorse non sviluppate o inesplorate". Il ruolo del *programmatore*, cioè del praticante di Pnl, è quello di aiutare la persona ad esplorare la propria mappa del mondo, ponendo domande specifiche e mirate, atte a stimolare il processo.



Stefano Santori,
trainer di Pnl e mental coach di Wikicom

MERCATO

Schinnerer Group diventa Victor Insurance

Il managing general underwriter cambia volto, dando inizio a un profondo processo di rebranding: Mees & Zoonen Italia, filiale nazionale del gruppo, sarà la prima società ad assumere il nuovo nome

Per Schinnerer Group è tempo di novità: il managing general underwriter cambia volto e nome, dando inizio a un profondo processo di *rebranding* che riguarderà quasi tutte le società del gruppo. Nasce così Victor Insurance, un nuovo marchio scelto per imporsi sempre più nel settore della sottoscrizione a livello globale. E il cambiamento, parte proprio dal nostro Paese: Mees & Zoonen Italia, filiale nazionale del gruppo, sarà la prima società ad assumere il nuovo nome.

L'annuncio è arrivato ieri a Milano, nel corso di un *press lunch* alla presenza di Tony Cabot, presidente della nuova Victor Insurance Italia. "Essendo il primo Paese a lanciare il marchio Victor, saremo in grado di portare rapidamente l'innovazione di questo business globale ai nostri clienti locali", ha osservato Cabot. Senza dubbio un bel balzo, visto che la fu Mees & Zoonen Italia era approdata nel nostro Paese soltanto nelle ultime battute del 2016. Ed è da qui che il nuovo brand partirà per contagiare anche le società del gruppo che operano negli Stati Uniti, in Canada, nel Regno Unito, nei Paesi Bassi e nelle Bermuda. Escluse dall'operazione saranno soltanto Icat e Dovetail Insurance, società statunitensi di recente acquisizione che manterranno il loro nome nel business globale di Victor Insurance.

Una piattaforma al centro

Non solo brand: il rinnovamento, come ha spiegato Cabot, riguarderà anche l'operatività del business. Al centro della strategia c'è infatti una nuova piattaforma che sosterrà agenti e broker nella quotidianità del loro lavoro. L'obiettivo è quello di creare un supporto digitale in grado di accompagnare l'intermediario in tutto il ciclo dell'offerta: dalla presentazione dei diversi prodotti fino all'emissione della polizza. Il tutto, come facilmente intuibile, con un occhio di riguardo per innovazione e *digital transformation*. "Siamo in una fase di profonda trasformazione, e la trasformazione non è sempre gratuita", ha commentato Cabot. "Con questo strumento – ha aggiunto – vogliamo fornire agli intermediari un supporto nello svolgimento del loro lavoro". Attualmente disponibile soltanto per desktop, la piattaforma sarà presto resa accessibile anche ai dispositivi *mobile*.

Rc professionale, poi D&O e cyber risk

La nuova società punterà soprattutto su soluzioni pensate per il settore dei professionisti e delle Pmi. Il catalogo offre già prodotti di Rc professionale per architetti, ingegneri, geometri, agenti immobiliari e consulenti geologici, nonché assicurazioni dedicate alle collezioni di oggetti d'arte e agli infortuni, professionali ed extra-professionali, per i dipendenti delle aziende.



Tony Cabot

Questo giusto per iniziare, poi si vedrà. "Abbiamo condotto alcune survey per comprendere e meglio rispondere alle esigenze degli intermediari", ha rivelato Cabot, facendo intendere che il ventaglio di prodotti è destinato ad allargarsi. Nel mirino ci sono soluzioni D&O e coperture contro il *cyber risk*, oltre che il sempre più vasto segmento del welfare aziendale. "Non ci precludiamo nessuna strada, staremo ben attenti a come si muoverà il mercato", ha commentato Cabot.

Obiettivi ambiziosi

Almeno per il momento, la nuova Victor Insurance Italia non si è posta obiettivi specifici. "Il mercato italiano è ancora poco sviluppato rispetto a realtà più strutturate come Paesi Bassi e Regno Unito: le opportunità non mancano", ha osservato Cabot.

Discorso diverso invece se si guarda all'intero gruppo. Qui gli obiettivi ci sono, e sono pure parecchio ambiziosi. "Attualmente gestiamo a livello globale premi assicurativi per oltre un miliardo di dollari: puntiamo a raddoppiare questa cifra nei prossimi tre anni", ha rivelato Cabot. Un traguardo che il gruppo pensa di poter raggiungere anche attraverso l'apertura di nuovi mercati, in Paesi come Spagna e Germania dove sono già in corso colloqui e contatti. Magari anche attraverso la strada di nuove acquisizioni e operazioni di M&A. Anche in Italia? "Non escludiamo nulla: se il mercato ci offre delle opportunità, saremo pronti a coglierle", ha chiosato Cabot.

Giacomo Corvi

#55
giugno 2018

INSURANCE REVIEW

Strategie e innovazione per
il settore assicurativo

Insurance Review

Strategie e innovazione
per il settore assicurativo

La rivista che rende l'informazione specialistica
dinamica e immediata.
Uno strumento di aggiornamento e approfondimento
dedicato ai professionisti del settore.

**Abbonati su www.insurancereview.it
Abbonamento annuale € 80,00 (10 numeri)**

oppure scarica l'app Insurance Review



Puoi sottoscrivere l'abbonamento annuale nelle seguenti modalità:

- Compilando il form on line all'indirizzo www.insurancetrade.it/abbonamenti
- Inviando un'email a abbonamenti@insuranceconnect.it

Modalità di pagamento:

- On line con Carta di Credito all'indirizzo www.insurancetrade.it/abbonamenti
- Bonifico bancario Antonveneta IBAN IT 94 U 01030 12301 0000 0158 0865

NUOVA
RADIOGRAFI

INFORMATIVA

14 ATTUALITÀ

ze unit
ked

Generali Italia,
ritorno al futur

Insurance Daily

Direttore responsabile: Maria Rosa Alaggio alaggio@insuranceconnect.it

Editore e Redazione: Insurance Connect Srl – Via Montepulciano 21 – 20124 Milano

T: 02.36768000 **E-mail:** redazione@insuranceconnect.it

Per inserzioni pubblicitarie contattare info@insuranceconnect.it

Supplemento al 29 giugno di www.insurancetrade.it – Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 – ISSN 2385-2577