

la Repubblica

VENERDÌ 22 NOVEMBRE 2013

■ 32

ECONOMIA

PER SAPERNE DI PIÙ
www.bni-italia.com
www.gdf.it

Il network del passaparola importato dagli Stati Uniti per esorcizzare la crisi

Riunioni all'alba tra imprenditori e professionisti

ROBERTO MANIA

ROMA — «Mi chiamo Federico Basile e faccio il notaio a Roma. Mi sembra superfluo dire cosa fa un notaio». L'applauso timido rompe il cerimoniale informale ma rigido, e scalda un po' la sala fino ad allora sonnacchiosa. Per le 40 persone sedute intorno ai tavolini schierati a rettangolo con tovaglie color panna per appoggiare tablet e smartphone, qualche bottiglia d'acqua, ma, soprattutto pile di biglietti da visita e di materiale pubblicitario è una buona notizia. «Ci serviva», commenta dall'angolo destro la signora che ha fondato e guida una società di servizi per il mondo diplomatico. Nel Capitolo romano di Prati, insomma, entra finalmente un notaio. Servirà a tutti questi consulenti, fiscali, finanziari, legali, immobiliari, assicurativi e informatici. A questi artigiani e micro imprenditori che tutti i santi martedì si riuniscono qui al bar del Circolo Montecitorio, tra campi da tennis e piscine, ai confini del quartiere borghese dei Parioli, per organizza-

Il racconto di un incontro del Bni dove si scambiano affari e clienti in esclusiva

zare il loro passaparola settimanale, scambiarsi le referenze e fare business. Lo fanno dalle 7,30 fino alle 9 circa, prima di iniziare la giornata lavorativa. Questo prevede il regolamento di Bni, che sta per Business networking international, nato nel 1985 in California da un'idea di Ivan Misner, considerato il guru del networking mondiale, della rete (fisica) per fare affari. Ora, Bni, è presente in cinquanta Paesi, dichiara circa 160 mila aderenti, 6.500 Capitoli (Chapter) che poi sono i gruppi di zona. Un giro d'affari di 5 miliardi.

In Italia ci sono 1.700-1.800 membri, per oltre 70 Capitoli, dispersi un po' dovunque ma soprattutto in Lombardia e nel nord ovest. Ci si associa per fare affari (nel 2012 il fatturato del passaparola organizzato ha raggiunto da noi — secondo la Bni Italia — i 10 milioni che dovrebbero essere più che raddoppiati quest'anno), scambiandosi le conoscenze, parenti e amici compresi. Difendendo il gruppo perché all'interno ci può essere un solo rappresentante per ogni professione. Sembra la scoperta dell'acqua calda. Una roba molto americana. Una catena che si estende solo se tutti partecipano con lo stesso spirito ("Givers gain", cioè Chi dà riceve, è lo slogan). E chi non dà (referenze) viene accompagnato alla porta. Dicono che funzionano.

Poco dopo le 7,30 ci sono quasi tutti, i veterani e le new entry (ospiti compresi) un po' spaesate facili da riconoscere perché anziché il badge hanno sul petto un adesivo bianco con il nome scritto a mano. È previsto il rito della colazione collettiva: 5 euro che vanno versati nel piccolo cestino di paglia sul tavolino appena all'ingresso del bar dove sono in vendita anche i libri del

guru Misner. Nel prezzo, tuttavia, oltre al cappuccino e brioches c'è anche il costo per la location.

Poco prima delle 8 si comincia. Le regole prevedono che ciascun membro abbia diritto a 50 secondi per presentarsi e lanciare il suo slogan. Si ascoltano formule semplici, banali, molto vintage. Un tuffo nell'Italia degli anni Sessanta, quella del Carosello. Tipo: «La vita è troppo breve per bere e mangiare male», dice l'enologa. Oppure: «Sono il vostro consulente per la crescita»; «Vogliamo far sorridere voi e il vostro portafogli»; e infine «Vi for-

niamo tutto: dalla carta per la fotocopiatrice alla carta igienica». Nessuna sorpresa. Nemmeno quella della pittrice naïf che si presenta con un paio di suoi quadri e alla fine li propone senza indugi come «regalino a Natale».

Gli ospiti, invece, hanno un minuto a disposizione. Sono un po' più rigidi, anche perché non hanno seguito il corso di formazione della Bni, compreso nel costo dell'iscrizione, 1.100 euro ogni anno, deducibile come spesa di marketing. Eppure è solo grazie ad uno degli ospiti che dopo quasi 45 minuti di

presentazioni si ascolta la parola "crisi". La pronuncia un architetto che spiega il cambio di rotta del suo studio: dopo vent'anni di lavoro con la Pubblica amministrazione, ora dobbiamo cercare di rivolgerci alla clientela privata, i tagli lineari e i vincoli europei hanno chiuso i rubinetti pubblici. E poi, appunto, dice che c'è la crisi. Perché qui è come se si esorcizzasse la crisi. Come se il tracollo dei consumi interni, la gelata delle compravendite immobiliari, l'inarrestabile impoverimento del ceto medio riguardasse solo gli altri. Qui ci si carica a vicenda. E

si esce dalle riunioni quasi liberati dai pesi delle preoccupazioni, dalle angosce dei bilanci che non vanno in pareggio. Una seduta psicanalitica di gruppo? «Le riunioni servono anche a questo», ammette Paolo Mariola, l'ex consulente informatico che ha importato in Italia, nel 2003, il verbo di Misner. Nella riunione si fa squadra, si immaginano nuove vie di business attraverso il passaparola (l'architetto che può servire all'agente immobiliare ma anche all'artigiano, e così via). E le nuove referenze che al termine del meeting si spera di porta-

re a casa. Perché un primo bilancio si fa subito. Nello stesso cestino utilizzato per la raccolta del fondo-colazione, ciascuno mette un foglietto (bianco, verde o azzurro) con cui chiede un incontro "one to one" a uno dei membri degli ospiti, con cui segnala una referenza o di avere concluso un affare (di cui indica anche l'importo) grazie alla referenza portata da un altro socio. La rete, appunto. Poi si va via con le tasche e le borsette gonfie di biglietti da visita. Ad affrontare la crisi che sta lì fuori.

© RIPRODUZIONE RISERVATA


Una riunione del network Bni a Roma