

# Fare affari con il passaparola

## L'esperienza di Bni, il network per lo scambio di referenze

**MAURIZIO CARUCCI**  
ROMA

**T**utto è iniziato in California nel 1985. Bni (Business Network International) nel giro di pochi anni sarebbe diventata la più grande organizzazione di scambio di referenze a livello mondiale. Lo stesso fondatore, Ivan Misner, è rimasto stupefatto dalla rapidità e dal successo di quello che era nato come un modo per aumentare il proprio volume d'affari. Misner, consulente d'azienda, attraversava, agli inizi degli anni '80, un periodo di crisi nella propria attività. Aveva bisogno di nuovi clienti e nuovi contatti per aumentare il suo fatturato.

Da quella prima riunione è nato un meccanismo che da 32 anni contribuisce a incrementare il volume d'affari di professionisti e imprenditori che hanno deciso di iscriversi a Bni. In Italia il primo incontro (Capitolo) si è svolto il 5 dicembre 2003 a Lainate, cittadina di 26 mila abitanti vicino a Milano. «Abbiamo iniziato raccogliendoci intorno a un tavolo in 25, tutti di personalità e professionalità diverse», racconta il direttore nazionale Paolo Mariola. Dopo una prima espansione in Lombardia, Piemonte e Liguria, Bni ha i-

niziato a svilupparsi anche in altre zone d'Italia (Veneto, Lazio, Campania, Calabria e Sicilia) raccogliendo al suo interno un numero sempre maggiore di membri.

Un successo che dimostra che anche gli imprenditori e i professionisti italiani hanno visto nel passaparola e nello scambio delle referenze strutturato e regolato un'opportunità per l'allargamento della propria sfera di contatti e l'incremento del proprio giro d'affari. E ora ci mettono anche il cuore.

Seguendo l'esempio delle altre nazioni dove Bni è presente, i membri italiani hanno infatti avviato anche nel nostro Paese il progetto di solidarietà denominato Business Voices, un movimento non profit orientato a realizzare progetti educativi e formativi dedicati al supporto di scuole e giovani, non tramite la donazione di denaro, ma mettendo a disposizione il talento, la disponibilità, la competenza e il tempo degli aderenti al movimento. In pratica i membri dei Capitoli si rendono disponibili per risolvere piccole e grandi cause dedicando la loro professionalità in vari ambiti.

Complessivamente, in un anno le iniziative di volontariato realizzate sono state una ventina e hanno riguardato diversi ambiti della

educazione e formazione dei ragazzi (dalla decorazione con murali di una sala giochi all'orientamento ai ragazzi di una scuola media, dal progetto pilota di judo contro il bullismo alle sedute di ipoterapia o alle donazioni di materiali di consumo), in prevalenza in Piemonte, nelle province di Cuneo, Asti e Vercelli.

«Fare business - sottolinea Mariola - significa non soltanto curare il fatturato, ma anche il contesto sociale in cui si è inseriti. In Bni siamo infatti convinti che il business deve essere qualcosa che migliora anche la vita delle persone. Per questo ogni gruppo attivo in Bni è chiamato a realizzare la mission di Business Voices. Abbiamo scelto la scuola come contesto dove portare il nostro contributo volontario e gratuito perché è lì che si formano gli uomini e le donne che domani saranno manager, professionisti e imprenditori e Bni intende portare loro il modello di un nuovo modo di fare economia, non fondata sulla competitività, ma sulla collaborazione. Aiutiamo insomma i ragazzi di oggi a diventare imprenditori buoni di domani, ovvero capaci di lavorare su basi etiche e di cultura delle relazioni umane autentiche».



Paolo Mariola, direttore Bni Italia

**I membri italiani dell'organizzazione di economia collaborativa hanno avviato anche nel nostro Paese il progetto di solidarietà «Business Voices»**