

BROKER A CASALE MONFERRATO

DIMENTICHIAMO LO STEREOTIPO DEL BROKER DI PROVINCIA. BAZZI & PARTNER, CHE DA VENTICINQUE ANNI OPERA A CASALE MONFERRATO, DIMOSTRA CHE SUCCESSO PROFESSIONALE E CRESCITA DEL GIRO D'AFFARI NON HANNO LEGAMI CON LA RESIDENZA GEOGRAFICA. A PATTO DI MANTENERE UN APPROCCIO APERTO AGLI ACCORDI E ALLE COLLABORAZIONI CON BROKER E ASSICURATORI INTERNAZIONALI, A VANTAGGIO DEL CLIENTE.



Salvatore Bazzi con il figlio Tommaso

Cosa significa fare il broker avendo sede in un centro da 35mila abitanti. "In campagna", come dicono con sufficienza quegli snobboni di "Malàno".

Prendiamo, per esempio, Casale Monferrato, in provincia di Alessandria, equidistante una settantina di chilometri da Torino come da Milano. E da Genova, per i nostalgici del "triangolo industriale" - come veniva chiamata questa area dell'Italia del Nord-Ovest che pareva predestinata a grandi exploits. Erano gli anni Cinquanta e i Sessanta del "boom" economico. Nel cuore del Monferrato, sede vescovile, con un bel Duomo romanico e con alle spalle una sto-

ria di contese fra Francia e Spagna, culminata nel lungo assedio (tra il 1628 e il 1630) da parte di Consalvo di Cordova e di Ambrogio Spinola. Un episodio della guerra dei Trent'anni di cui narra anche don Lisander Manzoni ne "I Promessi sposi". Questo per chi si nutre di gloriosi ricordi liceali. A dire la verità, Casale non l'ho scelta a caso.

Nella cittadina del Monferrato opera da venticinque anni, con felicità di risultati la Bazzi & Partners. Che Mario Dal Cin, nella sua più recente analisi sulle cifre dei broker operanti in Italia (ripresi dalle informazioni artigianalmente e avventurosamente raccolte da Ase-

fi Brokers), colloca fra i migliori quanto a risultati e redditività.

C'è anche una ragione di carattere di conoscenza personale, in questa scelta. Nel 1978, come direttore del mensile "Sicurtà", organizzai e condussi un "viaggio di studio" (di due settimane) sul mercato assicurativo americano cui partecipò - insieme ad una ottantina di intermediari italiani - anche Salvatore Bazzi.

Il quale mi conferma, ancora oggi, come gli incontri di quel viaggio servirono ad aprirgli ulteriormente la mente. Eravamo capitati nel mercato che - da solo - rappresentava il 60% della raccolta assicurativa mondiale. Con modi e stili di

comportamento di compagnie e canali di vendita (non parliamo dell'educazione, ovvero della consuetudine degli americani con le polizze!) ritenuti avveniristici dalle nostre bande.

Ce ne rendemmo conto fin dal primo impatto, dopo l'arrivo a Boston e il trasferimento nella cittadella assicurativa di Hartford, nel Connecticut, sede di grandi compagnie come Travelers e di Aetna. A Philadelphia incontrammo i vertici dell'INA- Insurance of North America. A New York stupore nel constatare, visitando la Prudential of America (da non confondere con quella inglese), di quanto gli americani consumassero in assicurazioni vita. Riuscimmo a visitare, oltre alla sede delle Generali a Wall Street, il College of Insurance, l'Information Insurance Institute, la Marsh e la Johnson & Higgins.

Fece impressione - su noi italiani condizionati dalla monocultura del rapporto agenziale in esclusiva - l'organizzazione e le dimensioni dell'Associazione degli Independent Agents.

Tornati in Italia, presentammo in due convegni - a Roma e a Milano - le impressioni, le esperienze e i dati. Sui quali Salvatore Bazzi prese a rimuginare.

Aveva trent'anni, nel 1978. Era nato nel dicembre del 1948 da una famiglia casalese attiva, da generazioni, in campo imprenditoriale. Terminati gli studi (era il 1967) aveva intrapreso l'attività di assicuratore come agente plurimandatario. Con una predilezione per la Zurigo.

Fatto sta che nel 1982 giudicò che era arrivato il momento. Prese il coraggio a due mani mise in piedi la Bazzi & Partners società di brokeraggio della quale è diventato, da subito, presidente e azionista di maggioranza. Contava su una

struttura costituita da cinque dipendenti che, come lui, condividevano l'idea di un approccio imprenditoriale alla professione di intermediario assicurativo.

Oltre a far riferimento alle prospettive di crescita del brokeraggio, uno dei motivi salienti che aveva convinto Bazzi a fare il grande passo era costituito dall'essere riuscito a conquistare come clienti le Officine meccaniche Cerutti. Che non fu arduo avere fra gli azionisti di minoranza.

Proprio per superare uno degli apparenti complessi derivanti dall'essere "broker di provincia", si diede da fare andando in giro per l'Italia. Con un'attenzione metodica a stringere rapporti con i colleghi d'Oltralpe e di Oltreoceano. Era spinto da un forte spirito di emulazione verso i "grandi" del brokeraggio, ma soprattutto agiva puntando e insistendo su un concetto basilare: alle parole far seguire i fatti. Ovvero: alla promessa di intervento dell'assicuratore far seguire l'indennizzo al cliente. Adeguato e tempestivo.

Un occhio alla crescita dei premi ma anche a dotarsi di un software all'altezza, capace di garantire efficienza e disponibilità di dati.

Particolare cura è sempre stata riservata al "patrimonio" maggiore della Società, ovvero ai dipendenti e ai collaboratori. Alla loro crescita professionale e alle loro prospettive di carriera.

"Bravi, professionalmente preparati e aggiornati. E che 'mi somigliassero'". Precisa Salvatore Bazzi.

Intuizione felice visto che nel giro di pochi anni la Bazzi & Partners ha conquistato le coperture assicurative di nomi come la filatura di Grignasco, il Gruppo Bellia e il gruppo IBL.

Si è detto di come a proporsi come "broker casalese", ovvero di campagna, ci volesse coraggio.

Ma Bazzi superò di slancio le

incertezze scavalcando i mari, seguendo la propensione a confrontarsi con il mondo, a trarre giovamento dai molti viaggi nei diversi paesi.

Avendo contatti e rapporti di collaborazione soprattutto con società di brokeraggio statunitensi, francesi e spagnole. Con sedi a Lione, Madrid e Pittsburg.

Nel 1989, da una costola della Bazzi & Partners è nata la Meta, società di brokeraggio con sede a Bologna e che ha come soci di riferimento la Cassa di Risparmio di Imola (al 40%), con un 20% detenuto da Fintronic, finanziaria facente capo alla bolognese famiglia Sassoli (il cui nome è legato alla Buton).

Meta ha conquistato clienti come la Irce, la Cognetex, la Saccadi, la Cesi e la Cefla.

Una tappa rilevante nel percorso delle esperienze cumulate in venticinque anni di attività - aggiunge Salvatore Bazzi - è stato il momento in cui, sulla spinta di una coincidenza con un calo di efficienza fisica (eufemismo), si trovò costretto a decidere di "delegare". Facendo di necessità virtù e scoprendo che l'atto stesso del passare il testimone si può trasformare in uno skill vincente.

Quel momento di presunta defaillance ha comportato, qualche anno dopo, la cessione della quota di partecipazione nella Meta. Il ricavato ha consentito di potenziare le risorse nella società casalese.

Dove oggi agiscono una ventina di dipendenti (il 60% dei quali ha la laurea) con una visione altamente sinergica. Tale da consentire, ogni anno, una crescita a due cifre del giro di affari, avendo nel servizio liquidazione danni una delle punte di diamante. Nel consolidare il nome e la reputazione della società.



Salvatore Bazzi presidente della Bazzi & Partners

Che ha avuto anche la capacità di farsi apprezzare passando attraverso la durissima prova di due alluvioni: quella di Alessandria (del 1994) e quella di Casale Monferrato (avvenuta nel 2001).

L'emozione del ricordo è ancora forte: nel giro di poche ore una trentina di aziende assicurate finì tre metri sott'acqua.

Dieci danni di quel genere potevano significare la fine anche per il prosieguo dell'attività della Bazzi & Partners.

"Siamo stati capaci, tutti insieme, di intervenire con la tempestività necessaria a che gli indennizzi venissero anticipati, ottenendo un doppio risultato positivo: apprezzamento da parte dei clienti e stima e fiducia da parte delle compagnie. Che cosa di più?"

Ma c'è stato un terzo motivo per rallegrarsi, superata lo smarrimento del dramma dell'alluvione: i collaboratori hanno acquisito grande fiducia e sicurezza nelle loro capacità.

IL FUTURO

"Ho appena letto sul giornale di John McEnroe. Alla - per un tennista - non più tenera età di quarantasette anni ha eliminato, in doppio con Bjorkman, i testa di serie numero 2 del Torneo Open in California. Ho dieci anni in più di "SuperMac" e mi sento nelle condizioni di andare avanti a dare il meglio. Soprattutto da quando mio figlio Tommaso, un paio d'anni fa, di ritorno da una visita a clienti canadesi, espresse il desiderio di continuare sulla mia strada."

Tommaso Bazzi ha oggi ventisei anni. Ed ha rispettato il patto con il padre: dopo la laurea in ingegneria, ha seguito un periodo di training negli Usa, presso alcuni broker "collegati". Ha frequentato il College of Insurance, sta seguendo i corsi di perfezionamento alla St. John's University ed è in procinto di ottenere la licenza di broker negli USA. C'è poi un accordo di collaborazione con FOA & Son, un broker newaiochese che sta aprendo nuove opportunità di lavoro, oltre che di supporto, per i clienti italiani.

Per Tommaso, messe a frutto le esperienze Oltre Atlantico, si prospetta un inserimento nella Bazzi & Partners. Tiene a precisare il padre: "senza diritti o prelievi di alcun genere", per delegargli il ruolo di ambasciatore della società, in una visione da mercato globale.

Visione che viene al traino di una realtà che considera come oltre il 30% delle aziende clienti della società ha filiali all'estero in Fran-

cia, Inghilterra, Germania e Est europeo.

Tommaso ha già compreso che la chiave del successo nella nostra professione - aggiunge Salvatore Bazzi - sta nel dire al cliente la verità. Solo in questo modo si evitano fraintendimenti e cadute di fiducia.

Quanto al panorama italiano, stupisce che i broker non paiano dotati della capacità di trasmettere al pubblico e ai "creatori di opinione" la effettiva, alta capacità professionale di cui sono detentori. La triste realtà ci trova infatti limitati e ristretti da un muro, una muraglia cinese, di polizze decennali.

Come uscire dall'impasse?

Non potendosi parametrare con i grandi nomi delle multinazionali del brokeraggio, secondo Bazzi la strada è di "mettersi insieme" fra broker che manifestano "affinità". Di modi di essere e di proporsi.

"Sul centinaio di società che hanno un effettivo significato, in Italia, ne intravedo una trentina che potrebbero vedere di lavorare congiuntamente, al fine di presentarsi con un peso specifico di rilevanza tale da convincere gli interlocutori (le compagnie) che debbono mutare atteggiamento.

Senza con questo alimentare contrapposizioni con altri canali distributivi. Verso la creazione di un effettivo "sistema aperto".

Anche l'Aiba è attesa a contribuire ad essere più istituzionale e nello stesso tempo operativa. Un esempio fra i tanti: concordare gli standard delle modalità dei rapporti broker-compagnia.