

Una storia basata sulla forza delle competenze, con origini radicate nel Mezzogiorno e la capacità di guidare l'affermazione delle imprese sui mercati internazionali

Fondatore dello studio legale Bruno & Associati, con 6 sedi, decine di professionisti divisi in 10 dipartimenti, un *headquarter* a Milano e uno a New York, l'avvocato Bernardo Bruno è uno dei più apprezzati "societaristi" italiani. La sua storia, celebrata con la copertina che Forbes gli ha dedicato a febbraio, è un esempio di chi parte da una piccola provincia del Centro-Sud Italia e arriva a conquistare le piazze più competitive del *business* internazionale. Il tutto senza dimenticare le origini.

Avvocato Bruno, ci riesce a sintetizzare in poche battute la sua storia professionale?

Venti anni fa ho iniziato a fare quello che mi appassionava. Questa mattina anche. La sintesi della mia storia in poche battute è un po' questa. Un insieme di passione, sacrificio, **investimenti e valori** che non ho mai tradito, dentro un progetto a lungo termine che ha avuto da subito l'ambizione di creare un'offerta alternativa nel panorama legale esistente, attraverso una visione internazionale.

Quali sono i fattori che permettono la crescita di un'impresa o di uno studio legale, soprattutto nel Mezzogiorno?

Cultura e **vantaggio competitivo**. La prima aiuta a comprendere le dinamiche evolutive del mercato. Il secondo consente di proporre qualcosa di diverso dagli altri o quello che gli altri fanno in maniera diversa. Il mio studio legale oggi è a tutti gli effetti un'impresa, per dimensioni e presenza internazionale ed è dedicato esclusivamente alle società. È un progetto partito dal Sud Italia, con tutto ciò che questo comporta in termini di **motivazione** e voglia di fare. Essere nel Mezzogiorno impone questa determinazione e lancia la sfida di concepirsi in modo globale, uscendo da qualsiasi limite territoriale. Al Sud c'è tanto potenziale inespresso. Occorre però non cedere agli stereotipi e non concepire il territorio come un recinto, ma renderlo un trampolino che proietta nel mondo.

Quanto contano le competenze e le capacità

manageriali nello sviluppo di un'impresa che vuole affacciarsi nei mercati esteri?

Le **competenze manageriali**, così come quelle professionali, sono fondamentali. Non solo per la tecnica, ma per la strategia e la ricchezza di esperienze che conferiscono al progetto imprenditoriale, confermando che il vero *business* internazionale non può prescindere dalla genialità dell'uomo e dal suo contributo critico. Contribuiscono, inoltre, a valorizzare l'idea dell'imprenditore, che a volte trova limiti nel metodo con cui è declinata o nella **competenza tecnica**, supportando anche le criticità del **passaggio generazionale**.

Al Sud c'è tanto potenziale inespresso. Occorre però non cedere agli stereotipi e non concepire il territorio come un recinto, ma renderlo un trampolino che proietta nel mondo

Cosa suggerirebbe a un neo laureato?

Decidere chi vuole essere da grande e investire su questo suo desiderio, mettendo in conto che quanto più sarà ambizioso, tanto più sacrificio e investimento dovranno essere a lungo termine. Diventare padroni di una competenza, esercitandola nel **mercato globale** per perseguire un preciso vantaggio competitivo, offre soddisfazioni economiche molto maggiori, rendendo unica la propria proposta. Fuori da questo approccio c'è solo chi guadagna o offre di più. Il vero valore, invece, risiede in ciò che il nostro lavoro è in grado di generare nel mondo, facendo la differenza rispetto a quello che già esiste. Non c'è esperienza più gratificante e non c'è limite o contesto territoriale che la possa contenere.