

IL CORAGGIO DI OSARE

CONTRARIAN

di Maurizio Abbati

La sede nella Fifth Avenue a New York

LA LEGGE DEL BRAND

Lo studio Bruno & Associati assiste grandi nomi del lusso, dell'industria, dello sport e dell'arte. Oggi è un marchio riconosciuto che lavora in Italia e negli Stati Uniti con professionisti abilitati in entrambe le giurisdizioni. La sua filosofia: "Non facciamo tutto e non lo facciamo per tutti" →

B



Business, leadership,

lifestyle. Tre elementi che si fondono in uno studio legale forse unico nel suo genere. Una realtà che spinge a chiedersi se uno studio che rappresenta grandi brand su scala internazionale sia diventato esso stesso un brand, creando un concept nuovo, attrattivo per i grandi nomi del lusso, del business, dello sport e dell'arte, in Italia e all'estero. Una law firm italiana che si è affermata con il passaparola di società da fatturati multimiliardari. Un passaparola che rappresenta quasi un dogma per i grandi marchi del lusso, poco inclini a dare credito a comunicati stampa spesso autoreferenziali.

Lo studio si chiama **Bruno & Associati** e prende il nome dal fondatore, **Bernardo Bruno**. Con oltre 20 anni di storia, è una delle realtà legali internazionali più innovative degli ultimi anni e si discosta dallo stereotipo di law firm. Lo confermano i riscontri di industriali italiani, grandi aziende americane e alti dirigenti del Nasdaq di New York.

Lo studio si rivolge a una clientela di fascia alta, selezionata per potenziale di crescita e valori. Ha assunto un posizionamento di nicchia, espandendosi quasi in sordina, con il profilo basso di chi ha chiaro dove vuole arrivare. Ha inventato un club privato interno alla struttura aziendale per creare ciò che il fondatore definisce “un luogo di lusso informale, capace di estendere il dialogo professionale ad ambiti culturali, coltivando la passione per il dettaglio in un contesto di totale riservatezza”. È il

Bruno & Associati Members Club, un luogo riservato ai clienti principali, oggi presente nella Fifth Avenue a New York e in via Monte Napoleone a Milano, cioè la prima e la terza strada più esclusiva del mondo.

Bruno & Associati ha avuto una crescita quasi silenziosa prima di esplodere negli ultimi anni, proponendo un modello di business alternativo, in grado di creare un ponte tra Italia e Stati Uniti. Si parla con professionisti italiani e americani, abilitati in entrambe le giurisdizioni, senza alcun cambio di team, di direzione, addirittura di tariffario. E chi si è trovato a dialogare con interlocutori diversi in questi due paesi sa quanto sia importante.

Lo studio non propone un'offerta full service, focalizzandosi invece su una tipologia di clientela specifica e limitando la propria attenzione a società selezionate, con un vantaggio competitivo o una storia di prestigio. Il sito ufficiale chiarisce: “Non facciamo tutto e non lo facciamo per tutti. Siamo convinti che solo un simile approccio renda l'eccellenza credibile”.



Bernardo Bruno

● Grandi aziende, esponenti dei mondi dell'arte e dello spettacolo e gallerie di fama internazionale non si sono limitati a scegliere Bruno & Associati come riferimento legale, ma hanno creato progetti di co-branding

Ma le caratteristiche più originali sono legate ad aspetti di branding. Perché lo studio, uscendo dagli schemi, ha calamitato l'attenzione dei grandi brand, diventando esso stesso un brand. Basta leggere i comunicati stampa di alcune aziende internazionali per rendersene conto. La quotata Bang and Olufsen (alta fedeltà e design industriale) o la Giorgetti (mobili di livello premium), celebrità candidate agli Emmy, esponenti del mondo dell'arte e dello spettacolo e gallerie di fama internazionale non si sono limitati a scegliere Bruno & Associati come riferimento legale, ma hanno creato progetti di co-branding, per promuovere una liaison professionale inedita, sino a firmare gli spazi che lo studio riserva alla clientela più rinomata. Società dell'intrattenimento di lusso hanno cogestito il portfolio internazionale, dichiarando l'identità di valori e promuovendo eventi culturali congiunti. Società di calcio di Champions League e membership club americani hanno scelto Bruno & Associati per gestire interessi riservati e strategie di crescita internazionale.

Oggi lo studio fonde la tecnica giuridica con i valori e lo stile del made in Italy, di cui è diventato portavoce negli Usa, dove si è guadagnato una solida reputazione. Qui un avvocato italiano ha creato un brand forte e un concetto di lifestyle in grado di attrarre imprese internazionali. **F**

