

Gli studi legali scoprono il brand dev'essere più breve e riconoscibile

ORMAI CON LA CONCORRENZA AUMENTATA E CON LA POSSIBILITÀ, UN TEMPO NEGATA, DI FARE PUBBLICITÀ, È MEGLIO AVERE UN MARCHIO CHE SI RICORDI CON FACILITÀ, DA USARE ANCHE SU INTERNET. I CASI DI BONELLI, FERREDE E DI EVERSHEDS

Sibilla Di Palma

Affinché un brand si affermi, le persone devono armarlo, goderselo e amarlo con passione", sostiene Kevin Roberts, chairman di Saatchi & Saatchi (una delle più grandi agenzie al mondo). Una convinzione che comincia a diffondersi anche tra gli studi legali, che pure a lungo sono stati abituati a puntare tutto sul nome e la rete di relazioni dei fondatori. Un atteggiamento mutato nel tempo grazie alla concorrenza delle law-firm e alla progressiva diffusione di Internet. Detto dell'importanza del marchio, come renderlo riconoscibile? "In un mondo che agli occhi del cliente appare indifferenziato, la prima cosa per imporsi all'attenzione del pubblico è dotarsi di un nome riconoscibile e che si ricordi facilmente", sottolinea Giulia Picchi, founding partner di Marketude, società di marketing per avvocati e commercialisti. "Perché ciò avvenga si deve riflettere sul wording, ma anche sul carattere e sui colori che vengono utilizzati". Gli studi professionali stanno, dunque, iniziando ad allinearsi a un contesto differente rispetto al passato, con i clienti che si sono fatti più esigenti. "Il brand deve riempirsi di contenuti positivi che esulano dalle competenze dei professionisti, che ormai sono date per scontate dai clienti, e che riguardano maggiormente la sfera delle emozioni", osserva Picchi. Un'evoluzione che però in molti casi non riesce ancora a prescindere dalla presenza



A sinistra, **Rosario Salonia** (1), fondatore Salonia e associati; **Riccardo Roveral** (2), managing partner Osborne Clarke e **Giuseppe Cetti** (3), managing partner Eversheds



GLI AVVOCATI IN ITALIA	
Per categoria, dati 2014	
AVVOCATO PROFESSORE	1.487
AVVOCATO SPECIALE	4.676
AVVOCATO STRANIERO	4.823
PRATICANTE	50.149
PRATICANTE ABILITATO	19.295

del nome del fondatore, a differenza di quanto avviene nella cultura anglosassone. Eppure qualche piccolo passo in avanti c'è. Come nel caso dello studio legale Bonelli Erede Pappalardo, fondato nel 1999 e uno dei più grandi in Italia, che da poco ha scelto di cambiare nome fondendo il cognome di due dei soci fondatori Bonelli Erede e accompagnandolo con il monogramma "be". Una scelta che ha portato anche al rinnovamento del sito Internet, all'insegna di un processo già in atto da alcuni anni che punta

sulla semplificazione a livello comunicativo e su una maggior centralità del cliente rispetto al passato. "Un nome unico fa più squadra, si imprime subito nella memoria, arriva prima al cuore. Una tappa importante in un processo di rinnovamento, che conferma la nostra continua voglia di migliorarci, di superarci, di andare oltre", si legge sul sito dello studio. Il nuovo progetto grafico presenta inoltre alcuni elementi distintivi come la scelta del font Bodoni, e del colore rosso che rappresenta la continuità con

il passato dell'organizzazione ed è il simbolo dell'eccellenza e della passione italiana. Arblit, studio specializzato nella risoluzione delle controversie su scala internazionale - attraverso sia arbitrati, sia litigation puro - ha optato invece per un logo che prescinde dai nomi dei professionisti che vi operano e che rimanda immediatamente al tipo di attività che seguono. Tra gli studi che si sono mossi in questa direzione c'è anche Eversheds Blanchini che in Italia ha scelto di uniformarsi a livello globale, facendo cadere dall'insegna Bianchini per diventare solo Eversheds e adottando un nuovo brand dalla veste grafica semplice e lineare. Un rebranding pensato per rafforzare ulteriormente la percezione in ottica internazionale dello studio che oggi conta circa 60 professionisti dislocati nelle sedi di Milano e Roma. Lo studio Salonia Associati ha invece optato per un rebranding dove a segnare il nuovo corso è il monogramma SA in cui la S e la A vengono isolate, sovrapposte e, infine, intrecciate. La scelta affonda le radici nei secoli immediatamente successivi al V a.C., quando il monogramma veniva usato come sigillo dei magistrati. A dotarsi di un nuovo logo e di un nuovo sito è stato anche lo studio legale Osborne Clarke, che ha avviato anche una serie di iniziative per farsi conoscere, tra cui il concorso fotografico #findtheorange. Non ha cambiato nome o logo, ma ha lavorato molto sulla propria immagine e sui contenuti che essa deve rappresentare anche hi.lex, studio legale indipendente specializzato nella consulenza d'impresa e nel contenzioso in ambito domestico e internazionale. A cominciare dal sito dove un video sottolinea l'importanza della centralità del cliente e l'impegno dei professionisti nei suoi confronti.



POLTRONE IN GIOCO

Sibilla Di Palma

JUST IT NOMINA CONTINI COUNTRY MANAGER

ha iniziato il suo percorso professionale nel 1998 in Microsoft in qualità di marketing specialist & business development, per poi approdare in Fastweb e in seguito in Poste Italiane. Generali Investments annuncia la nomina di Paolo Casadonte come co-head of sales per l'Italia. Laureato in economia e commercio presso la Luiss



Qui sopra, **Daniele Contini** (1) di Just It e **Paolo Casadonte** (2), Generali Investment

di Roma, Casadonte proviene da Pioneer Investments dove ha ricoperto il ruolo di responsabile per gli investitori istituzionali e ha iniziato la propria carriera presso Deutsche Bank dove si è occupato di relationship management. **Carlo Manzato** è il nuovo head of advisory & sales di Credit Suisse (Italy). Manzato ha alle spalle un'esperienza trentennale presso il gruppo Unicredit dove ha ricoperto, tra gli altri, il ruolo di head of global advisors; ha iniziato la sua carriera nel 1981 in Credito Italiano dove ha svolto attività di filiale come client manager. **Fidelity Worldwide Investment** annuncia l'ingresso di tre nuove risorse dedicate al supporto dei promotori finanziari e dei private banker: **Jona Memaj** e **Piero Pasquini** sono stati nominati senior sales manager, mentre **Michele Romualdi** è il nuovo sales associate director del gruppo. **Aberdeen Asset Management** annuncia l'ingresso di **Tommaso Tassi** nel team italiano, con il ruolo di senior business development manager. Tassi arriva da Fidelity Worldwide Investment dove dal 2006 ha ricoperto i ruoli di senior sales associate e di manager sales desk, contribuendo a costruire il modello di servizio delle attività commerciali e di vendita. L'assemblea dei soci di Van Ameyde Italia, società attiva nel settore del "claims handling", ha nominato **Giuseppe Pedrizza** nuovo presidente del consiglio di amministrazione. Pedrizza, 43 anni, è stato in precedenza vicepresidente di Bnl Eventi e della Cassa di Risparmio di Pescara. Nuova presidenza per **Fiamp** (Federazione italiana dell'accessorio moda persona): per il prossimo biennio il testimone passa a **Cirillo Marcolin**. Quest'ultimo è attualmente alla guida di Anifao, l'Associazione nazionale fabbricanti articoli ottici. L'Assemblea dei Soci del Comitato Leonardo ha riconfermato la presidente **Luisa Todini** per il terzo mandato. Presidente di Poste Italiane e membro del Consiglio di Amministrazione di Salini Costruttori, **Todini** è stata la prima donna a essere nominata presidente di Fiec, la Federazione industria europea delle costruzioni. Riconferma anche per **Stefania Pezzetti** che è stata rieletta presidente della Fedit (Federazione italiana dei trasportatori). Laureata in economia e commercio, Pezzetti è attualmente operations director di Tnt Italia e, in precedenza, ha lavorato presso Kpmg come senior auditor.

L'INTERVENTO

"Beni sequestrati, il modello italiano"

NEL NOSTRO PAESE IL VALORE DELLE CONFISCHE È IL DOPIO DI QUELLO DI TUTTI GLI ALTRI PAESI DEL MONDO MESSI ASSIEME. I DUE MODELLI SEGUITI ALL'ESTERO. LA COMPLESSITÀ DELLE PROCEDURE

Domenico Posca

Organizzato dall'Udoc, dal 7 al 9 settembre si è svolto a Vienna l'International Expert Group Meeting sulla gestione dei beni sequestrati e confiscati. Le esperienze e i sistemi degli altri paesi sono molto variegati. Trodelli sono due. Agenzie di matrice pubblica che si occupano di beni e aziende sottratti alle organizzazioni criminali dalla confisca, alla gestione fino alla vendita. Professionisti incaricati dall'autorità giudiziaria - ovvero indirettamente da parte delle agenzie - che rispondono a queste del loro operato. Molta attenzione e rilevanza nel dibattito internazionale riveste il modello italiano che potremmo definire misto: amministratori giudiziari fino alla confisca, agenzia nazionale dopo. L'Italia resta un riferimento, sia sotto il profilo

qualitativo per la complessità e l'articolazione delle norme e delle best practices, che sotto quello quantitativo, considerato che il valore di beni e aziende sequestrate e confiscate è circa il doppio di quello di tutti gli altri paesi del mondo messi insieme. Ho illustrato le nostre procedure - in rappresentanza degli amministratori giudiziari - insieme alla delegazione italiana di esperti, composta dal direttore generale degli Affari Penali del Ministero, Raffaele Piccirillo e dai magistrati più impegnati sul fronte dei sequestri e delle confische Antonio Balsamo, Fabio Licata, Guglielmo Muntoni, Ornella Pastore, Alberto Perduca e Francesco Testa della rappresentanza diplomatica permanente all'ONU. Negli USA se ne occupa la Marshall Assets Forfeiture Division, che rintraccia, apprende e gestisce i beni destinati alla confisca, senza poterli vendere prima. In Australia il sistema è basato su un fiduciario cui l'autorità assegna i beni per la gestione, come nel caso del Sud Africa. In Nuova Zelanda abbiamo professionisti incaricati dal Tribunale che gestiscono i beni, con il supporto di una specifica unità del Mi-



Qui sopra, **Domenico Posca**, presidente dell'Unione Nazionale Commercialisti (U.n.l.c.a.)

nistero dello Sviluppo. Per i paesi di common law è molto importante il rendimento dei beni e l'esigenza di non gravare o di farlo il meno possibile sulle casse statali. Il modello francese è simile al nostro con una agenzia nazionale (Agrac) che, dal 2010, prende in carico e gestisce i beni fino alla vendita o alla destinazione. Il Belgio prevede la vendita a determinate condizioni, al pari della Repubblica Ceca, dove le norme sono cambiate da pochi mesi. Significativa la presenza della Cina, che ha confermato la volontà di Pechino di adeguarsi ai modelli di cooperazione internazionale. Passando all'America Latina, in Brasile l'autorità giudiziaria assume ogni decisione e la gestione dei beni è affidata a professionisti. In Messico la Sac funge da agenzia nazionale con una presenza diffusa sul territorio e un'ampia autonomia. Honduras, Repubblica Dominicana e Costa Rica hanno sistemi analoghi. Efficace il sistema utilizzato dalla Colombia che garantisce particolare indipendenza e autonomia al gestore chiamato a rispondere solo del risultato.