

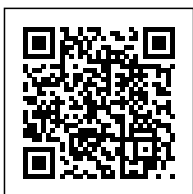
UN MANIFESTO CHIAMATO BRAND

Posted on 4 Maggio 2021



Category: [Opinione](#)

Tags: [Atlante](#), [brand legali](#), [Slider](#)



[di nicola di molfetta](#)

Dal nome al brand. Dal blasone al marchio. Dalle individualità all'idea. Parlare d'insegne legali va oltre le questioni d'immagine. Oggi il brand di un'organizzazione professionale è un vero e proprio asset in cui si concentrano valori, cultura e storia.

Leo Longanesi diceva che noi italiani siamo un popolo che va matto per le inaugurazioni e bada poco alle manutenzioni. Adoriamo l'effetto annuncio. E spesso ci disinteressiamo di capire cosa c'è prima e, ancor più di frequente, di osservare cosa viene dopo.

Il rapporto che il mercato dei servizi legali ha con il fenomeno della propria brandizzazione soffre un po' di quest'attitudine. Grandi annunci e poi il nulla o poco più. Anche perché il settore è sommerso da informazioni, notizie e altri annunci. Così, in questo universo infodemico, ogni giorno si gira pagina dimenticando le breaking news di quello prima, delle quali ormai sono rimasti solo i "cocci".

Ma quando parliamo di brand, come si diceva all'inizio, si parla di qualcosa che non si esaurisce nella ostensione e nella proclamazione della novità. Parliamo di qualcosa che non finisce nel momento in cui si svela, bensì comincia da quell'istante.

Il lavoro che c'è dietro la creazione di un marchio nel mondo degli studi legali, e in particolare in quello delle firm che si occupano di business law, ha spesso una profondità di contenuti concettuali e tecnici che rappresentano una componente importantissima della cultura legale contemporanea.

Conoscerli significa comprendere un po' di più il settore e i suoi protagonisti. La loro storia e i loro obiettivi futuri.

Ogni brand è frutto di una scelta. Una scelta di posizionamento, così come una scelta di progetto, visione e valori, in cui i professionisti che si riuniscono sono convinti di rispecchiarsi.

Muove da queste considerazioni la decisione di costruire il primo Atlante dei brand legali presenti in Italia. Nessuna classifica. Nessun ranking all'orizzonte. Solo un'operazione di analisi e conoscenza della cui utilità generale siamo convinti.

Nella comunicazione, nel marketing delle professioni e in particolare in quello della professione legale c'è un profondo bisogno di consapevolezza.

Il lavoro, che pubblicheremo a puntate e che parte dalla storia paradigmatica delle cinque grandi insegne indipendenti italiane, servirà a questo.

[CLICCA QUI E SCARICA LA TUA COPIA DI MAG](#)

<https://youtu.be/oSiLUzQNpGE>