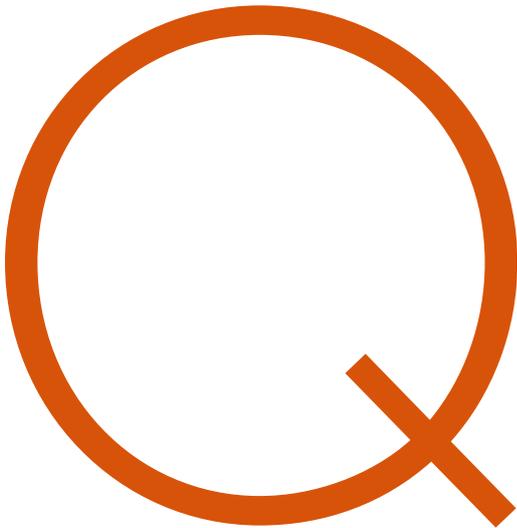


Luigi Belluzzo



# L'IMPORTANZA di essere una “FAMILY BUSINESS FIRM”

MAG ha incontrato Luigi Belluzzo, managing partner dell'omonimo studio che si è appena trasferito in una nuova sede a Milano e ora progetta nuove mosse sul fronte internazionale



Questa storia comincia in provincia. In Veneto. A Legnago, per la precisione. Poi, però, percorre una lunga serie di tappe, sia in senso geografico, sia in senso professionale, che portano i suoi protagonisti fino a Londra e addirittura a Singapore. Possiamo raccontarla come un vero e proprio viaggio attraverso gli ultimi tre decenni del mercato dei servizi professionali facendoci accompagnare da chi buona parte di questo viaggio lo ha fatto in prima persona. Qualcuno che questa storia la conosce bene, al punto da potere persino indicarci cosa accadrà nel prossimo futuro. La storia è quella dello studio Belluzzo. E MAG ha scelto di parlarne con **Luigi Belluzzo**, global managing partner, classe 1968, esperto di imprese di famiglia, pianificazione patrimoniale, successioni internazionali e circolazione dei patrimoni, ma soprattutto esponente della seconda generazione di quella che potremmo definire una dinastia professionale che oggi conta: 36 anni di attività, oltre 70 professionisti, più di 10 milioni di euro fatturati nell'ultimo anno e 5 sedi a Verona, Milano, Londra, Singapore e Lugano.

«A Londra – racconta il managing partner – oggi siamo probabilmente uno dei più grandi studi di matrice italiana presenti: in tutto abbiamo 30 professionisti». Si tratta di un dato significativo perché fa il paio con la natura nazionale (e anche locale) che caratterizza questa organizzazione nata nel

1982 su iniziativa del papà di Luigi, il ragioniere **Umberto Belluzzo**, ex dirigente Riello. Nel 1995, Luigi entra nello studio di famiglia. «Arrivavo proprio da Londra – racconta – dove avevo studiato e lavorato. Tra il 1996 e il 2000, mi sono occupato anzitutto d'internazionalizzare i clienti di mio padre (la classica media impresa italiana di stampo familiare, ndr) non solo accompagnandoli nei loro piani di crescita e investimento verso la Romania o l'Est Europa, ma anche negli Usa, in Guatemala, Messico o nei Paesi del Nord». Lo studio in questo modo si afferma sul mercato come boutique di «commercialisti d'affari».

Guidato dai mandati e dall'esperienza dei suoi promotori, lo studio punta molto sulla sua caratterizzazione internazionale. Nel 2000 entra a far parte del network di Pkf (Pannell Kerr Forster) da cui, però, esce nel 2005. Si tratta di un anno importante. Perché si tratta dell'anno in cui lo studio diventa Belluzzo e Associati e apre la sua prima sede a Milano. Sempre nel 2005, poi, **Alessandro Belluzzo**, fratello di Luigi, decide di trasferirsi a Londra. E questa coincidenza sembra fare proprio al caso dell'organizzazione che sta valutando un "salto" internazionale dopo aver scelto di fare a meno del network. Così, nel 2008, un terzo indirizzo, nel cuore della City londinese, si aggiunge alla carta intestata dello studio che, a questo punto, assume l'identità che lo caratterizza ancora oggi ovvero quella di «family business firm al servizio delle business family».

Il concetto di famiglia è centrale nell'evoluzione del progetto professionale che sta dietro il brand Belluzzo e i cambiamenti che lo hanno interessato in questi anni.

«Inizialmente eravamo Belluzzo e Associati. Poi siamo passati a Belluzzo & Partners, più facile da pronunciare soprattutto per i clienti a Londra. Quest'anno, infine, la decisione di usare solo Belluzzo» ovvero trasformare il nome in un brand, rappresentativo di un sistema di valori professionali ed etici in cui ciascuno dei 15 soci dello studio si riconosce pienamente. «In sostanza – sottolinea Luigi

## LE TAPPE



Belluzzo – abbiamo voluto fare quello che hanno fatto le imprese di famiglia, che poi sono i nostri clienti principali: non hanno sganciato la famiglia dall'impresa, ma si sono date un set di regole per governare il rapporto tra famiglia e azienda. Per cui, chi entra come socio da noi accetta di far parte di un sistema regolato e governato in forma scritta ma in cui la famiglia Belluzzo c'è», conta tre soci e detiene anche una sorta di golden share. «Vero, ma praticamente solo in teoria. La golden share non la eserciti mai, perché la volta che lo fai rischi di rompere tutto. Qui, di fatto, vale il principio: una testa un voto», sottolinea Belluzzo. Anzi, il flavour famigliare si apprezza in altre cose, che interessano tutti. «Per esempio – dice Belluzzo – nel nostro

---

«Dieci anni fa il passaparola incidereva più del 50% sull'arrivo di nuovi clienti. È cambiato il contesto. Ora il dialogo con i clienti ce l'hanno in tanti. Non solo il professionista. E il cliente sceglie le competenze»

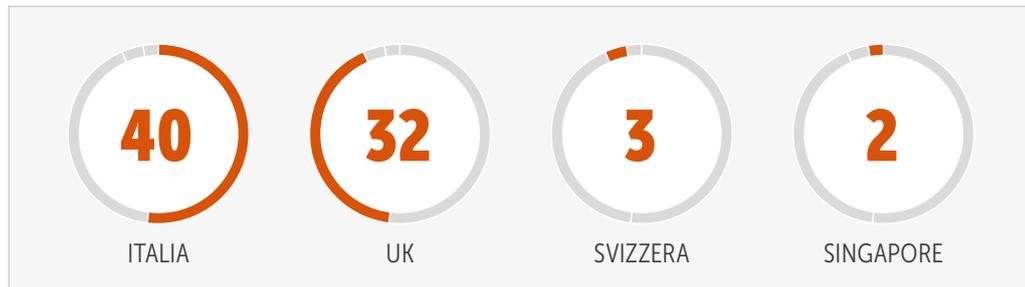
---

statuto favoriamo l'ingresso dei figli dei soci nello studio a patto che abbiamo fatto almeno cinque anni di esperienza fuori».

Del resto se non fosse stato così, lo studio avrebbe avuto vita dura nell'attrarre talenti. Invece, prosegue Belluzzo, il progetto è piaciuto e ha convinto numerosi professionisti di alto profilo, tra cui **Tony Castagnetti** e **Daniele Trivi** che, nel 2016, si sono aggregati alla squadra. Castagnetti, già socio di RSM UK e Vantis Plc, è stato per anni «il terminale londinese delle corporate italiane che si affacciavano al Regno Unito». Trivi, invece, è stato partner di realtà di prestigio come Visentini Marchetti, Ughi e Nunziante e Arthur Andersen.

«Chi sceglie di lavorare qui – osserva Belluzzo – decide di far parte di una sorta di multinazionale tascabile della consulenza professionale caratterizzata da un tocco di family business» che la rende peculiare. In effetti, dopo Londra, lo studio Belluzzo ha aperto una base operativa anche in altre due giurisdizioni ritenute strategiche. Prima Singapore, nel 2016, dove da poco è arrivato un altro professionista in forza al team locale. E l'anno successivo a Lugano, in Svizzera. Due mosse che, però, non hanno esaurito la strategia internazionale dello studio, come spiega Luigi Belluzzo: «Ora stiamo andando a razionalizzare i rapporti che abbiamo a livello internazionale. Abbiamo deciso di andare a stringere delle best friendship esclusive in alcune giurisdizioni. Una delle prime dovrebbe essere negli Usa». Potranno esserci anche novità da questa parte dell'Oceano. «Stiamo guardando diverse città in Europa. Cerchiamo altre Milano. E l'idea è di servire

## I PROFESSIONISTI PER SEDE



queste altre Milano da Londra dove abbiamo un team internazionale».

In Italia, invece, lo studio ha appena siglato un'alleanza con una boutique di Vicenza: Within Verlatto & Partners. Si tratta di un accordo con cui prende il via un percorso di integrazione che porterà **Mirta Verlatto** a collaborare in modo sempre più sinergico con lo studio che, nel frattempo, ad agosto, si è spostato in una nuova sede a Milano, in via Andegari.

Una mossa che lascia presumere l'avvio di una fase di crescita anche sul "fronte interno". Anche se, tiene a specificare il managing partner, Belluzzo non punta a essere uno studio enorme. «Crediamo che la dimensione boutique abbia uno spazio. Che la vicinanza alle imprese di famiglia e alle multinazionali tascabili abbia importanza, così come abbia importanza sapere dare competenza e insight sulla nostra materia». Essere sul pezzo è un fattore competitivo. «In Inghilterra quando cambia una norma te lo dicono dieci mesi prima. Da noi la norma esce oggi ed è retroattiva».

Inoltre, dice Belluzzo, per stare sul mercato oggi è molto più importante essere percepiti per le qualità tecniche che per quelle relazionali. «Dieci anni fa – racconta Belluzzo – il passaparola incidereva più del 50% sull'arrivo di nuovi clienti. È cambiato il contesto.

Ora il dialogo con i clienti ce l'hanno in tanti. Non solo il professionista. E il cliente sceglie le competenze. Quindi noi cerchiamo di essere forti in quello che sappiamo fare e di



Luigi Belluzzo

non fare tutto. Siamo disegnati per essere al fianco dell'impresa di famiglia ma non solo. Abbiamo anche clienti tra le multinazionali». Così lo studio si è dato un'organizzazione su quattro dipartimenti: private & wealth; business combination m&a; corporate & litigation; international & cross-border. «Abbiamo creato anche dei focus group – conclude Belluzzo – come quello su arte e collectable goods e nell'ultimo anno abbiamo lavorato parecchio anche sul 24bis del Tuir» la cosiddetta flat tax per i neo residenti. «L'ultimo dossier ci è stato girato pochi giorni fa da una banca di Zurigo. Ad oggi ne abbiamo fatte 16 di queste operazioni». Non male, considerato che in Italia sono state in tutto 180. ■