



SILVIA GNOCCO, GUIDO INZAGHI E IVANA MAGISTRELLI

La boutique del real estate sfida i big con visione, squadra e specializzazione

A un anno e mezzo dalla fondazione, SI - Studio Inzaghi traccia un bilancio del proprio percorso: 485 milioni di euro in operazioni nei primi mesi del 2025, un team in crescita e una governance inclusiva. I soci fondatori si raccontano a MAG

di nicola di molfetta

È passato poco più di un anno ed è tempo per un primo bilancio. Sotto la lente il progetto SI-Studio Inzaghi (SI). Nato su iniziativa degli avvocati **Guido Inzaghi, Ivana Magistrelli e Silvia Gnocco**, lo studio ha saputo consolidare rapidamente un'identità forte e riconoscibile nel panorama legale italiano, grazie alla specializzazione nel real estate attraverso un modello boutique "verticale ma allargato". Tradotto: un modello capace di integrare competenze urbanistiche, contrattuali, fiscali e regolamentari.

La formula scelta ha permesso a SI di affermarsi come interlocutore di riferimento per operazioni complesse. I numeri dicono questo: 485 milioni di euro il controvalore delle operazioni seguite nei primi cinque mesi del 2025.

Nel corso di questa intervista, i tre soci fondatori raccontano i valori che sorreggono il progetto e le scelte organizzative messe in campo

Un anno e mezzo dopo la fondazione, che bilancio fate di questa avventura professionale? Quali risultati vi hanno maggiormente confermato la bontà della scelta di dar vita a SI?

Guido Inzaghi (GI): Siamo soddisfatti di come si è sviluppato questo primo anno e mezzo. Il bilancio è positivo sotto ogni punto di vista: dalla risposta del mercato, alla qualità del lavoro svolto, fino al clima interno, che per noi è un valore centrale. La sede che abbiamo scelto, al dodicesimo piano di Torre Velasca, non è solo bella, ma ha anche prodotto un effetto benefico duplice: dal punto di vista interno ha favorito un forte senso di coesione nel team, mentre dal punto di vista della nostra offerta si è rivelata un elemento di attrattività verso i clienti.

Parliamo di risultati?

GI: Dal punto di vista dei risultati, abbiamo centrato e superato tutti gli obiettivi economici e professionali che ci eravamo dati. Abbiamo rafforzato l'organico – oggi siamo 28 professionisti e 5 dipendenti – e avviato un dipartimento fiscale, raggiungendo un primo tassello di sviluppo. Il prossimo passo sarà costruire una solida practice bancaria legata al real estate, che consideriamo una naturale evoluzione del nostro progetto.



«In un contesto che cambia rapidamente, avere visione, profondità tecnica e capacità di relazione è, a nostro avviso, il vero valore aggiunto»

Guido Inzaghi

L'urbanistica è da sempre il suo campo d'elezione, ma il primo anno dello Studio è stato segnato da una forte attività contrattualistica. Come avete gestito questo ampliamento e quali settori hanno guidato i principali deal?

Ivana Magistrelli (IM): Più che un ampliamento, è stato un consolidamento di competenze che fanno parte del nostro DNA da sempre. L'attività contrattualistica è centrale e lo è sempre stata. In questi diciotto mesi abbiamo seguito numerose operazioni nel settore degli studentati, nella logistica, negli hotel e nei data center, oltre a diverse operazioni di sale & lease back su immobili industriali. La forza dello studio sta nella sinergia tra competenze urbanistiche, contrattuali e fiscali: questo ci consente di seguire operazioni complesse, anche di sviluppo (ma non solo), con una visione integrata.

Avete seguito operazioni per un controvalore complessivo di 485 milioni di euro, spesso in maniera riservata. Che tipo di relazione si costruisce con il cliente in un progetto boutique come il vostro?



«Abbiamo seguito numerose operazioni nel settore degli studentati, nella logistica, negli hotel e nei data center, oltre a diverse operazioni di sale & lease back»

Ivana Magistrelli

IM: Quel dato – 485 milioni nei primi cinque mesi del 2025 – racconta molto del nostro lavoro, anche se spesso dietro le quinte per via della riservatezza che ci chiedono i clienti. È un dato che restituisce la dimensione del nostro studio: paragonabile al dipartimento di real estate di uno studio internazionale, ma con l'attenzione al cliente tipica di una boutique. Era di fatto il nostro obiettivo fin dalla fondazione e siamo contenti di averlo raggiunto.

Il vostro è uno studio fortemente specialistico. In un mercato legale sempre più competitivo e generalista, quanto è sostenibile un modello verticale e indipendente come quello di SI?

GI: Il nostro è un modello verticale "allargato": abbiamo scelto di specializzarci nel settore Real Estate e di coprirne tutte le dimensioni, dall'urbanistica alla contrattualistica, dal fiscale al regolamentare. È proprio questa formula che ci consente di essere competitivi con i grandi studi, non solo per la qualità del servizio, ma anche per il tipo di clienti che seguiamo, dalle grandi assicurazioni ai fondi internazionali. E lo

facciamo senza snaturarci, ma rimanendo fedeli alla nostra visione.

Il tema della governance è centrale per realtà nuove e snelle come la vostra. Come avete impostato il funzionamento interno dello studio, e che tipo di equilibrio avete trovato tra le anime diverse del team?

SG: Abbiamo voluto una governance che fosse al tempo stesso solida e aperta. Lo studio è guidato dai tre soci fondatori, affiancati da quattro partner: Gabriele Paladini, Tommaso Fiorentino, Carolina Romanelli e Paolo Marensi, con cui condividiamo le decisioni strategiche. Ci confrontiamo regolarmente – tra soci, con i partner, e almeno due volte l'anno con tutto il team in riunione plenaria. Crediamo nella trasparenza e nella partecipazione, nell'inclusione di ogni professionista dello studio. Proprio in questo senso, abbiamo introdotto deleghe interne che coinvolgono anche i professionisti più giovani, responsabilizzandoli e valorizzando i loro talenti.

A livello organizzativo?

SG: A livello organizzativo ci siamo strutturati con figure chiave come COO e CFO, perché vogliamo essere una realtà snella, ma gestita con la serietà di una grande organizzazione. Il tutto, sempre con lo sguardo rivolto alla crescita: anche la nostra sede è pensata per accogliere nuove persone, in modo flessibile e modulabile nel tempo.

Quali sono i valori condivisi che vi uniscono e che definiscono l'identità di Studio Inzaghi, anche al di là delle competenze tecniche?

SG: Uno dei valori più autentici che ci unisce è la generosità professionale: l'idea che il nostro lavoro debba essere fatto bene, con competenza e precisione, ma anche con disponibilità umana e cura per il cliente. Da noi si lavora meno con "la clessidra sul tavolo" rispetto a quanto accade in molti grandi studi: siamo meno ossessionati dalle ore vendute e molto di più concentrati sull'efficacia del servizio e sulla relazione che costruiamo ogni giorno. È un equilibrio che abbiamo ricercato fin dall'inizio e che nel lungo termine porta risultati migliori per una struttura come la nostra. Ci permette di essere

tecnicamente solidi, ma anche empatici, vicini alle esigenze dei clienti.

Come vivete il tempo?

SG: Da noi ognuno è libero di gestirsi, senza rigide politiche in materia di modalità di lavoro, ma un forte focus sui risultati. Vogliamo che chi lavora con noi senta lo studio come un luogo dove è piacevole stare. Non solo per la bellezza dei nostri spazi, ma per il clima di fiducia, autonomia e rispetto che abbiamo costruito. Inoltre, lo studio è fortemente impegnato sul fronte delle politiche ESG, ambito in cui abbiamo adottato una policy interna strutturata e istituito un'apposita area dedicata. La responsabilità di questo settore è stata affidata ad un professionista giovane, che sia in grado di interpretare e valorizzare le diverse sensibilità e prospettive presenti all'interno dello studio. Un altro valore per noi imprescindibile è la trasparenza nei percorsi professionali.

Ovvero?

SG: Il regolamento interno dello studio prevede una suddivisione in fasce, che consente a ciascun professionista di avere una chiara visione della propria posizione e delle prospettive di crescita. Si tratta di un sistema pensato per valorizzare il merito e offrire a tutti percorsi strutturati e coerenti, in un'ottica di sviluppo costante.

Guardando al futuro, quali direttrici di crescita intendete seguire? Avete in mente nuovi ingressi, nuovi settori, nuove città? O l'unione con altre organizzazioni?

GI: Per quanto riguarda le nuove città, lavoriamo su tutto il territorio nazionale e in particolare siamo molto concentrati su Roma, già da diverso tempo. Siamo convinti e consapevoli delle potenzialità della capitale nel mercato italiano del real estate nel prossimo futuro. Guardiamo con interesse a nuove risorse e, come detto, in particolar modo nell'ambito bancario, che in chiave prospettica consideriamo la prossima direttrice strategica di sviluppo per il business dello studio. In parallelo, stiamo costruendo relazioni con studi esteri al fine di garantire ai nostri clienti anche un supporto internazionale. Di questa attività potremo fornire ulteriori dettagli a breve.



«Da noi si lavora meno con “la clessidra sul tavolo” rispetto a quanto accade in molti grandi studi»

Silvia Gnocco

Come valutate oggi il ruolo di una boutique legale specializzata nel Real Estate in un contesto in continua trasformazione normativa, sociale ed economica?

GI: Il nostro approccio – specialistico ma multidisciplinare – ci permette di intercettare e anticipare i cambiamenti. La nostra attività è specializzata nel real estate ma non dipendente da una singola area di assistenza. Per questo il nostro obiettivo è quello di evolverci al passo con i mutamenti delle esigenze del settore immobiliare. Ci stiamo riuscendo e sono convinto che continueremo su questa strada. Inoltre, grazie al network di molti nostri professionisti siamo spesso parte attiva del dialogo con le istituzioni: questo ci consente non solo di prevedere le evoluzioni normative nel settore del real estate, ma in alcuni casi anche di contribuire a orientarle. Questa capacità di lettura del mercato e di dialogo con il decisore pubblico ci dà un vantaggio competitivo reale. In un contesto che cambia rapidamente, avere visione, profondità tecnica e capacità di relazione è, a nostro avviso, il vero valore aggiunto. 📌