

La law firm? Ormai è proprio un'impresa

Uno studio dell'Asam-Università Cattolica mette in evidenza come sono cambiati in questi anni i modelli organizzativi dei grandi studi legali italiani

DI DUILIO LUI

Sulla carta gli avvocati non amano essere definiti imprese. Nella sostanza, i loro studi, specie quando sono organizzati in forma associata, lo sono a pieno titolo. Lo dimostrano le strutture organizzative di cui risultano essere dotati ormai tutte le law firm italiane, secondo quanto risulta da un'indagine condotta da Asam (Associazione per gli Studi aziendali e manageriali)-Università Cattolica di Milano, intitolata: «Fotografia e tendenze evolutive nell'approccio manageriale alla gestione degli studi legali», che ha preso in esame 20 tra i maggiori studi che operano in Italia. Secondo questa indagine, ampiamente illustrata nelle pagine che seguono, tutti gli studi si sono dotati di un'assemblea dei soci, l'organo deliberativo per eccellenza, incaricato di decidere sul bilancio e sulle nomine dei soci. Il comitato esecutivo è diffuso, invece, nell'82% del campione. La stessa diffusione interessa il ruolo di managing partner, mentre il senior partner è presente in meno di un caso su due (45%).

L'Asam ha passato al setaccio sette processi manageriali: gestione del cliente, reperimento di risorse umane, infrastrutture tecnologiche, approvvigionamenti e logistica, attività di planning e controlling e risk management. Il quadro che ne emerge è che tutti gli studi, almeno sulla carta, si dimostrano interessati a questi temi, anche se su alcuni di questi non si impegnano al 100%, affidandoli a consulenti esterni. Per esempio per quanto riguarda il recruiting: solo il 9% dei legali è scelto sulla base di una selezione affidata a un head hunter. Dati contenuti se confrontati con quanto avviene nei paesi anglosassoni, dove la selezione è affidata in due casi su tre a professionisti, ma comunque in crescita a sentire il parere degli esperti. «Il dato risente sicuramente del contesto economico negativo, che ha spinto nell'ultimo anno a ridurre da una parte i nuovi ingressi e dall'altra a privilegiare i contatti personali laddove necessario in un'ottica di contenimento dei costi», osserva Giorgia Naccarato, socio fondatore e director di *Footprintlegal*.

© Riproduzione riservata



Giovanni Lega, presidente Asla