

Il nodo-dimensioni. Non sono considerate un aspetto determinante per arrivare a fornire un servizio di qualità

Flessibilità, l'arma dei piccoli studi

I vantaggi di una struttura snella con pochi filtri tra avvocato e cliente

A CURA DI
Paola Parigi

Se il rapporto presentato da Ires-Cgil (si veda «Il Sole 24 Ore» del 28 aprile 2011) conferma una costante riduzione dei redditi dei professionisti, l'impressione è che la contrazione non riguardi tutti gli avvocati. Non a caso, la tendenza del mercato legale italiano è ormai consolidata nella formazione di due tipi di studio "di successo": l'uno di grandi dimensioni, che, seppur esposto agli sbalzi del mercato finanziario e dell'economia globale, attrae per definizione i grandi clienti; e l'altro, di piccole dimensioni, più snello e adattabile, grazie anche a budget più leggeri quanto a spese di gestione. Sono interessanti, al riguardo, le opinioni di alcuni

FATTORI DECISIVI

Tempestività,
organizzazione,
specializzazione,
comunicazione diretta
e trasparente

esponenti di questo secondo "segmento".

Oltre a sostenere che, per offrire un buon servizio, sul mercato legale «le dimensioni non contano», i professionisti interpellati rimarcano come la scelta di non superare la massa critica di 10 avvocati (quota che è genericamente considerata lo spartiacque tra studi piccoli e medi) consenta di essere flessibili e di seguire gli andamenti del mercato agendo tempestivamente. Decisive, poi, l'organizzazione, la specializzazione e la comunicazione diretta e trasparente con i clienti.

In sostanza, si mette in campo l'offerta di nuove modalità di erogazione dei servizi, gra-

zie all'istantaneo aggiornamento alle più recenti normative e procedure. Nello stesso tempo si sofferisce - grazie all'aggiornamento consentito dalle più recenti tecnologie, tanto per la comunicazione quanto per la gestione delle pratiche e dello studio - alla mancanza non solo di grandi uffici ma, anche, di costosi apparati.

Tuttavia, un'organizzazione che risulti polarizzata verso la qualità della prestazione impone, più di altre, che si realizzi un'attenta articolazione delle risorse professionali, allo scopo di assicurare che avvenga un costante aggiornamento nelle materie di competenza dello studio. E questo è un punto critico da non sottovalutare.

«Per chi si occupa di diritto penale dell'economia - sostiene Alessandro Pistochini, penalista milanese - la piccola dimensione dello studio è un tratto caratterizzante. La differenza tra uno studio e l'altro sta nel livello di specializzazione imposto dalla materia, molto complessa e tecnica. Del resto, il rapporto cliente/penalista è necessariamente fiduciario e quindi il contatto diretto è ineludibile anche con il cliente internazionale, che retribuisce il professionista in ragione del tempo impiegato e della "seniority" dell'avvocato».

Della stessa opinione è Monica Romano, avvocato torinese specialista di recupero e gestione dei crediti d'azienda: «La dimensione contenuta di uno studio legale offre il vantaggio del superamento dei troppi filtri tra cliente e avvocato, che necessariamente incidono sulla tempestività nelle risposte. Quel che conta è la capacità dello studio di adeguarsi alle esigenze del cliente. Ai clienti non interessa il numero di persone che compongono la struttura, quanto

avere riferimenti costanti con i quali consolidare il rapporto di fiducia. Per contro, la piccola struttura non può garantire una competenza professionale a raggio illimitato. Quanto all'organizzazione, la dimensione non deve togliere nulla all'efficienza, in particolare se, come nel mio caso, si lavora con le aziende: servono hardware efficienti, software dedicato e aggiornato. Naturalmente, avere collaboratori affidabili e responsabili è fondamentale».

Un tasto "dolente" che viene toccato anche da Ernesto Belisario, avvocato esperto di nuove tecnologie con studio a Potenza e Roma: «Sotto il profilo dei collaboratori - specifica - molto spesso gli studi di piccole dimensioni non possono contare su risorse qualificate, non avendo la stessa capacità di attrarle e trattenerle. Ma a volte vengono apprezzati altri vantaggi, specialmente la flessibilità organizzativa e produttiva. Per chi, come me, si occupa di una nicchia meno tradizionale del diritto, questa flessibilità si traduce nella capacità di aggredire il mercato sfruttandone l'ottima conoscenza e il contatto diretto con la clientela». Anche Belisario sottolinea la necessità di una specializzazione verticale, che considera il primo passo sulla strada per la qualità: «A parità di competenze - conclude - le chiavi che fanno la differenza sono: la velocità (tutti i clienti sono ormai abituati a ottenere servizi in real time); la trasparenza sulla strategia difensiva, come sullo stato della prestazione e sulle tariffe; la comunicazione su quello che lo studio sa fare e, infine, l'innovazione. Il sito web, la posta elettronica, la presenza sui social network sono strumenti fondamentali anche per il marketing».

I punti da non trascurare



1 L'AGGIORNAMENTO

Si devono articolare attentamente le risorse professionali, allo scopo di assicurare che avvenga un costante aggiornamento nelle materie di competenza dello studio. Questo viene evidenziato come un punto critico che non può essere sottovalutato

2 I COLLABORATORI

È molto importante avere a disposizione collaboratori affidabili e responsabili. Tuttavia, per gli studi di piccole dimensioni non è facile poter contare su profili del genere, a causa di una capacità ridotta (rispetto ad altre realtà) di attrarli e di trattenerli

3 L'INNOVAZIONE

Sotto il profilo organizzativo, l'informatizzazione assume un ruolo decisivo ai fini dell'efficienza della struttura. Inoltre, il sito internet e la presenza sui social network sono considerati strumenti importanti anche per quanto riguarda il "fronte" del marketing

10

LA SOGLIA

La quota di dieci avvocati viene considerata una sorta di spartiacque tra gli studi piccoli e quelli che, invece, arrivano ad avere già dimensioni «medie»

La personalizzazione
«Si mette
a disposizione
un servizio
sartoriale»

È la personalizzazione del servizio, secondo Mario Scofferi, socio di Giglio&Scofferi, studio legale del lavoro di Milano, l'*atout* dei piccoli studi: «L'obiettivo è quello di rendere un servizio "sartoriale", tarato esattamente sulle esigenze del cliente, il che è più difficile quando sulla stessa pratica sono coinvolti più professionisti. La dimensione contenuta consente un approccio al lavoro svincolato da logiche di mero fatturato e rende più agevole l'accordo con il cliente sui compensi professionali. Questo approccio permette di seguire con accuratezza anche clienti di medie/piccole dimensioni. Non sempre si è però in grado di seguire operazioni che richiedano una massa critica di professionisti, come nelle operazioni di due *diligence*. Questo impone di selezionare con estrema attenzione i mandati da accettare». «Sotto il profilo organizzativo - aggiunge Fabrizio Giglio, socio di Scofferi - l'informatizzazione assume un ruolo decisivo. Un efficace sistema gestionale, chiare *policies* sulla gestione dei documenti e del lavoro, consentono di raggiungere una perfetta efficienza, riducono al minimo le dispersioni di carattere amministrativo e burocratico e permettono al professionista di dare al cliente risposte tempestive sulle diverse problematiche».