

TOPLEGAL SUMMIT 2012

INNOVAZIONE E MERCATO LEGALE

MODELLI STRUTTURE SERVIZI

12 giugno 2012 - Ore 13.45

Palazzo Affari ai Giureconsulti - Sala Colonne - Piazza Mercanti, 2 - Milano


Con il supporto di

BONELLI EREDE PAPPALARDO
STUDIO LEGALE

DI TANNO e ASSOCIATI
Studio Legale Tributario

NCTM
Studio Legale Associato

Partner Tecnico

 BlackBerry

CHIOMENTI
STUDIO LEGALE

 DLA PIPER

 ORRICK

CLEARY
GOTTLIEB

GIANNI-ORIGONI
& GRIPPO-CAPELLI
PARTNERS

PAUL
HASTINGS

1. MODELLI

Fortezze d'argilla

L'innovazione riguarda modelli che sono invariati da decenni, ma che rischiano di sgretolarsi di fronte ai cambiamenti del mercato. Come in fortezze sotto assedio, sarà importante aprire le porte a nuove forze e diventare permeabili alle sollecitazioni della domanda. Per contro, sarà necessario ridare vigore ai bastioni, con la consapevolezza di dover rafforzare un vincolo associativo non più sufficiente a reggere lo studio-istituzione di domani. Per queste istituzioni saranno necessari una forte identità di squadra e appropriarsi di un ruolo nell'ambito sociale di riferimento. Tutto questo, infine, dovrà confrontarsi con strategie di posizionamento che non potranno restare fattori "collaterali", bensì trasformarsi in paradigmi in base ai quali definire il futuro delle realtà legali nella clessidra del mercato.

APRIRE:

alle mutazioni del mercato e della società (permeabilità al cambiamento) all'evoluzione di regole e consuetudini (modelli di compliance)

CONSOLIDARE:

il vincolo associativo e il senso di appartenenza (dai giovani alla governance)
il proprio ruolo di soggetto integrato nella business community (condividere la realtà)

ISTITUZIONALIZZARE:

la propria organizzazione (oltre i conflitti d'interesse e il personalismo)
alla ricerca di un nuovo equilibrio rappresentativo (oltre il corporativismo)

POSIZIONARE:

comprendere e condividere la visione (allinearsi agli obiettivi strategici)
localizzare il "dove" e il "come" nella partita competitiva (dimensioni, segmento, luoghi)

2. STRUTTURE

Paradosso impresa

L'innovazione riguarda strutture impostate sul teorema che una professione debba il più possibile mantenersi separata dalle logiche di impresa. Questa impostazione, tuttavia, da un lato ha talvolta imprigionato il settore in una degenerazione di privilegi corporativi che non gli appartengono, per giunta con forti penalizzazioni per segmenti importanti come i giuristi d'impresa. Dall'altro, lo ha reso un ibrido di fronte a un mercato sempre più orientato alle organizzazioni complesse piuttosto che all'individuo. Gli studi oggi producono ricchezza per sé e sempre più per una filiera di stakeholder, e per farlo si confrontano con regole competitive che richiedono investimenti in strutture. Di fronte c'è l'alternativa: subire una riforma "dall'alto" finalizzata alla "normalizzazione" della categoria. Oppure cercare una propria strada per risolvere il paradosso, perfezionando quanto già fatto da altre professioni (giornalisti, medici e commercialisti).

LIBERARSI:

dai vincoli ordinistici e regolatori (le norme del 1933)
dagli schemi clientelari (più competizione e trasparenza)

COMPETERE:

perché il gioco si sposterà sull'organizzazione (i clienti cercheranno affinità di valori)
per adeguarsi alle regole di mercato (investimenti - It, gestione e marketing)

CAPITALIZZARSI:

per raggiungere obiettivi di lungo termine (competitività e sostenibilità dello studio)
per creare nuove forme di organizzazione (società - anche di capitali)

INTRAPRENDERE:

per creare ricchezza allargata (dipendenti, fornitori, stakeholder)
per una convivenza professione-azienda (come medici, giornalisti, commercialisti)

3. SERVIZI

Oltre la catena di montaggio

L'innovazione riguarda servizi che sempre più devono essere in linea con richieste complesse e dinamiche che mettono definitivamente fuori gioco la "catena di montaggio" di consulenze e pareri. Lo studio legale dovrà sempre più essere un follower, seguire cioè le indicazioni che arrivano dall'esterno, dalle aziende ma non solo. È sul mercato che nasce la consulenza del futuro, con un equilibrio spostato in favore del cliente che dovrà essere monitorato, studiato e accompagnato. E, in prospettiva, anticipato nelle sue esigenze. Per contro, le direzioni legali dovranno essere capaci, a loro volta, di guidare le linee dell'innovazione, per evitare il rischio di limitarsi a una concorrenza che conduca solo a un ribasso. Lo studio legale dovrà accelerare una sorta di propria terziarizzazione per poter valorizzare al massimo le conoscenze tecnico-giuridiche che resteranno il suo punto di eccellenza. E, nel contempo, per condividere con i propri clienti le strategie di un nuovo equilibrio win-win.

MONITORARE:

i benchmark legali, di mercato e di risorse umane (efficienza e best practice)
le esigenze degli assistiti e la posizione dei concorrenti (equilibri in cambiamento)

PARTECIPARE:

all'attività del cliente (condividere il rischio ed entrare in un rapporto strategico)
per diventare partner di lungo termine (a prescindere dal vantaggio immediato)

TERZIARIZZARSI:

con strutture di supporto al servizio legale (marketing e comunicazione)
per offrire soluzioni razionali e all'avanguardia (dai rapporti personali al panel)

CREARE VALORE:

oltre la consulenza tecnico-giuridica (alternative alla parcella oraria)
divenendo fattore di sviluppo sinergico (no al gioco somma zero consulente/cliente)