Il Sole 24 Ore
25 Febbraio 2006

Competizione senza confini – Le strategie per resistere

Legali inglesi all'attacco dei piccoli studi

Gli avvocati anglosassoni si preparano a lanciare la concorrenza alla fascia media del mercato

di Angela Manganaro

"Per sopravvivere, gli avvocati italiani hanno un'unica possibilità: mettersi insieme e diventare meno individualisti. Di solito, le uniche cose che hanno in comune sono le segretarie da pagare e gli affitti salati dei loro uffici". Alan Hodgart, consulente e esperto di management per le professioni legali con ufficio a Londra, parte da questa considerazione per spiegare i risultati della sua ricerca "Il dominio globale del mercato italiano: realtà o finzione?", presentata di recente a Milano per iniziativa di Hays Legal, società londinese che si occupa di selezione e ricerca del personale nel settore legale, in collaborazione con **Silvia Hodges**, consulente di marketing per studi legali e Citibank.

L'analisi di Hodgart mette in luce due facce del mercato italiano: da una parte una minoranza di avvocati che lavora nelle grandi law firm internazionali e guadagna più dei colleghi tedeschi, francesi e inglesi; e dall'altra tantissimi piccoli studi che nei prossimi cinque anni subiranno la concorrenza di inglesi e americani. Un dominio vero che va a braccetto con un mercato saturo e molti liberi professionisti in difficoltà.

Cosi, pochi colossi reggono bene il confronto con il mercato europeo e americano, ma convivono con una diffusa frammentazione dell'offerta, costituita da migliaia di avvocati che si contendono gli stessi clienti, senza riuscire a differenziare servizio e prezzi e senza una strategia per affrontare un mercato che non è più "un'isola felice". Hodgart spiega: "In Italia sta accadendo quella che negli Stati Uniti e in Inghilterra è accaduto negli anni '80: gli avvocati sono molti di più, la concorrenza è feroce ma il mercato è rimasto lo stesso". Per sopravvivere occorre "Associarsi e concentrarsi sul mid market che presto verrà aggredito dalla concorrenza straniera". Il mercato medio non si limita solo alle cause in tribunale, ma include l'assistenza in operazioni immobiliari, bancarie, finanziarie e di private equità. Gli avvocati quindi devono trasformarsi in consulenti di business, altrimenti rischiano di essere schiacciati dalla concorrenza di stufi americani e inglesi già specializzati in mid market e sempre più interessati al mercato italiano. "Sono molti – dice Hodgart – quelli che hanno l'Italia nella loro lista".

Se le cose stanno cosi, chi è piccolo che possibilità ha di sopravvivere sul mercato? Per Hodgart "l'unica strada è specializzarsi in un settore e abbandonare la vecchia idea di essere i tutto fare dei propri clienti". E comunque è bene fare rete con altri studi.

Anche Giorgia Naccarato, avvocato che si occupa di head hunting (reclutare giovani avvocati da inserire nei grandi studi legali) per Hays Legal crede che l'alternativa è: "Allearsi o restare uno studio boutique con poche possibilità di competere".

Tanti, molto individualisti, senza una strategia. C'è speranza per gli avvocati italiani? "Sì – conclude Hodgart – ma devono fare in fretta a cambiare. E poi devono essere meno teorici e più pragmatici. La prima volta, davanti a un cliente, dicano subito quello che si può fare per risolvere un problema. E no quello che non si può fare".