ItaliaOggi
26 Aprile 2007

di Claudia Morelli

La ricerca Alm spiega i criteri con i quali le aziende a stelle e strisce scelgono i loro avvocati all'estero

Referenze dai colleghi americani e orientamento al cliente

Conquistare la fiducia dei colleghi e dei clienti. Saper comunicare, con onestà, la capacità professionale nelle diverse aree di business. Saper lavorare in team ed essere disponibili nei confronti del cliente americano (cioè rintracciabili, in linea con i tempi ecc.); conoscere il sistema legale americano e sapere esattamente quanto chiedere al cliente, informandolo il prima possibile. Sono questi piccoli accorgimenti di buon senso la chiave per conquistare le compagnie americane per vendere la propria consulenza legale. Parola di Alm, Law business, che ha condotto una ricerca per spiegare alle law firm europee che cosa fare per essere scelti come consulenti legali esterni dalle imprese americane (How U.S. Companies select internationale outside counsel). Il business è decisamente interessante: le esportazioni globali americane nel 2005 hanno superato i 902 miliardi di dollari. E sempre di più le aziende americane cercano studi legali stranieri per le operazioni che esse compiono negli altri paesi. Poco si sa, invece, sui criteri in base ai quali si effettua questa scelta, oggetto specifico della ricerca condotta contattando 219 manager decisivi nell'acquisto di servizi legali all'estero (come capi del servizio legale, vicepresidenti, dirigenti dell'area legale ecc.), provenienti dalle più diverse aree industriali.

I risultati. Innanzitutto, le aree nelle quali i servizi legali esterni sono più richiesti sono la proprietà intellettuale (67%), lavoro e occupazione (58%), arbitrati e controversie (56%), acquisizioni e fusioni (48%), tasse (47%), proprietà immobiliare (34%), antitrust (31%). La ricerca assicura che almeno la metà degli intervistati (54%) pensa che il settore delle consulenze legali all'estero crescerà. I paesi in cui questo servizio di assistenza legale è ricercato maggiormente sono, in Europa: Gran Bretagna (59%), Germania (40%), Italia (25%), Irlanda (18%); poi Canada (50%), Cina (46%), India (31%). Tuttavia, sottolinea il documento, l'individuazione e la selezione dei professionisti giusti sono difficoltose per i manager americani che se ne devono occupare, anche perché il mercato dei servizi legali non è pro-attivo nel promuoversi. Molti di loro assumono decisioni congiuntamente. Alcuni cercano di ridurre i rischi e le difficoltà della ricerca lavorando con un numero limitato di law firms, networks o alleanze. Insomma, il one-stop-shop appare andare bene nelle questioni commerciali; alcuni preferiscono ´scegliere il meglio' nei settori prescelti (ip, per esempio). Molti fanno affidamento su relationship durature nel tempo proprio perché avere avvocati fidati riduce il rischio della scelta. Nonostante la preferenza per la continuità, solo una piccola percentuale mantiene una lista formale di studi preferiti. Per essere più facilmente individuati, la cosa migliore e farsi conoscere e ben volere dai maggiori studi americani, pronti a concedere referenze (vedere la tabella in pagina). Altra cosa importante è dimostrare esperienza durante i colloqui conoscitivi. I criteri seguiti per lo più per scegliere gli avvocati stranieri sono l'esperienza, la capacità di servizio al cliente, la reputazione. Quello che proprio non può mancare è un inglese fluente e la capacità di adattarsi ai tempi americani.