



IL BEAUTY CONTEST 2.0: 4cLEGAL

Trasparenza, tracciamento e informatizzazione
senza costi per l'azienda

di **Alessandro Renna**
Avvocato e fondatore 4cLegal

In occasione dell'evento "**Anticorruzione, misure di prevenzione e mercato**", svolto il 20 novembre a Milano, in Spazio Chiossetto, ho avuto modo di esporre i principi posti alla base di 4cLegal, un servizio di semplificazione e informatizzazione dei beauty contest professionali. Principi che rielaboro brevemente di seguito per i lettori di TopLegal.

La cornice dell'evento è stata la migliore occasione per condividere con alcune eccellenze del settore legale italiano una riflessione iniziata oltre un anno e mezzo fa e giunta a un epilogo concreto con la recente messa online e distribuzione del nostro software: dalla nascita di 4cLegal, società pubbliche e private che intendono conformare l'acquisto di servizi professionali a logiche di trasparenza, tracciamento e mercato, possono disporre di uno strumento straordinario e gratuito. **La best practice, insomma, è oggi soltanto una questione di volontà.**

Nel settore pubblico i principi che regolano l'azione amministrativa, i rigorosi orientamenti della Corte dei Conti e il nuovo atteggiamento



dell'Anac non lasciano dubbi sulla necessità e opportunità di svolgere gare per l'affidamento di incarichi professionali. Nel privato sono le Linee Guida di Confindustria sui modelli organizzativi 231 a raccomandare il paradigma competitivo e le principali aziende italiane a scegliere il beauty

contest come strumento preferenziale di compliance. I trend e i risultati che osserviamo nel nostro lavoro quotidiano non lasciano margini di dubbio: **il beauty contest non è il futuro, ma è già il presente.**

Un autorevole relatore intervenuto al nostro evento ha sottolineato come «la necessità di tradurre i principi in prassi operative richiede la disponibilità di idonei supporti informatici». Niente di più vero. Dalla nostra prospettiva, è del tutto inefficiente che un'azienda debba svolgere i beauty contest utilizzando telefono, pdf e file excel, impiegando risorse aziendali qualificate in attività del tutto informatizzabili. L'effetto – ampiamente rilevato nella prassi – è inevitabilmente quello di scoraggiare l'utilizzo del beauty contest, nonostante i principi di legge, la giurisprudenza e i modelli organizzativi impongano esattamente il contrario. E quando i beauty contest vengono svolti in modo "artigianale", **la mancanza di tracciamento e di puntuale archiviazione dei documenti determina la sostanziale impossibilità di verifiche da parte degli organismi di controllo aziendale (auditor e membri dell'Odv in primis).** Proprio per rispondere a queste problematiche nasce 4cLegal, **un software online semplice, che consente all'azienda di gestire un beauty contest professionale con pochi minuti di lavoro.**

Altro elemento attentamente considerato nel concepimento di 4cLegal è il rapporto fiduciario: un presidio ineludibile del rapporto tra azienda e professionista, utilizzato talora, impropriamente, per derogare ai principi sopra menzionati, principi che ogni organizzazione dovrebbe seguire e perseguire. Un temperamento è tuttavia possibile, e anzi doveroso nell'attuale contesto normativo e di mercato, nel quale ogni organizzazione ha un interesse primario verso la tutela della propria reputazione. Al riguardo, un altro autorevole relatore ha evidenziato come «**seguire principi di trasparenza ha impatti positivi anche sul business**», aggiungendo che «**non esistono più scel-**

te di compliance che non siano anche scelte di business. Oggi la reputazione e la sostenibilità sono asset primari per le aziende». E se è vero, come sottolineato dalle esperienze di quasi tutti i relatori intervenuti, che una delle aree maggiormente a rischio di fattispecie corruttive è proprio quella dell'affidamento di incarichi professionali, è del tutto evidente come l'esperimento di **beauty contest trasparenti** e tracciati possa rappresentare – quale presidio anticorruzione – una **garanzia fondamentale per proteggere l'azienda, il suo valore e la sua immagine.** Il rapporto fiduciario dovrà quindi certamente sussistere o crearsi con l'assegnatario di un incarico, ma non in modo da escludere lo svolgimento di procedure competitive.

Per altro verso, trovo che l'affermazione del beauty contest sia anche un'evoluzione fisiologica della "**cultura d'impresa**". I manager delle aziende condividono pacificamente il principio di mercato per cui un servizio, tanto più se peculiare e delicato, deve essere acquistato dal prestatore più competente e in grado di esprimere costi competitivi. **I manager dell'area legale sono oggi titolari di responsabilità gestorie e di un budget annuale:** naturale la convergenza verso un processo di acquisto di servizi professionali improntato a linearità, trasparenza, tracciamento e condizioni di mercato.

In ultimo, la convergenza verso un processo di incontro razionale ed equilibrato è interesse anche di coloro che prestano servizi professionali: le derive ribassiste che caratterizzano il mercato delle professioni scaturiscono in buona misura dall'incapacità di far emergere e dare valore a competenze specifiche ed esperienze professionali distintive. **Senza una best practice di "processo", si assiste inevitabilmente all'appiattimento del valore e alla supremazia incontrastata del costo. Da qui la progettazione e realizzazione di quello che abbiamo chiamato il beauty contest 2.0, da qui 4cLegal.**