

La procedura, diffusa nei paesi anglosassoni, è adottata dai clienti per scegliere i legali

L'avvocatura testa i beauty contest

Studi messi in competizione tra loro da un software

Pagina a cura
DI LUIGI DELL'OLIO

Quella che per il mercato legale anglosassone è la norma, per l'Italia costituisce l'eccezione. Ma non è detto che sia sempre così, considerato che le tecnologie consentono di colmare rapidamente le distanze e superare anche le barriere culturali. Un esempio in tal senso arriva dall'idea sviluppata dalla società milanese **4cLegal**, che si propone di rivoluzionare il sistema dei beauty contest in ambito legale e fiscale.

Vinca il più bello

La «gara di bellezza» è una procedura competitiva che si pone a metà strada tra l'asta e la licitazione privata. La prima punta a vendere il bene o il servizio o, ancora, a concedere una licenza al miglior offerente, senza prendere in considerazione né le caratteristiche di chi si propone, né la tipologia dell'offerta. La seconda è una competizione ristretta a un numero limitato di partecipanti scelti da chi propone il bando (o la gara).

Come detto, il beauty contest prende caratteristiche di queste due soluzioni, restringendo il campo dei partecipanti a coloro che hanno determinate caratteristiche soggettive (ad esempio competenze o track record in materia) e oggettive (situazione patrimoniale) per prendervi parte, ma le mette in competizione tra loro evitando la trattativa bilaterale, alla quale viene preferita la prova sulla base di criteri prestabiliti, che danno diritto a punteggi. Così si salvaguarda l'esclusività della competizione e, al tempo stesso, l'oggettività del giudizio.

Esempi di questo genere si sono visti in Italia quando si è trattato di assegnare le frequenze Umts (e nel pubblico la scelta assume un valore ancora più rilevante in termini di trasparenza), così come nella privatizzazione di Alitalia. E il beauty contest è utilizzato anche dalle aziende quando si tratta di assegnare consulenze, in cui il prezzo non può essere l'unica discriminante.

Un software per decidere

In questo ragionamento si inquadra l'iniziativa di **4cLegal**, società fondata da **Alessandro Renna**, che ha scelto la via imprenditoriale dopo aver mosso i primi passi come avvocato d'affari presso **Bonel-**

liErede Pappalardo e poi **Dewey & LeBoeuf, Grimaldi e Gattai Minoli Agostinelli**, fino a un'esperienza nella divisione legale di Allianz. «In sostanza abbiamo messo a punto un software online che consente alle aziende, che si trovano a dover affidare una consulenza legale, di scegliere la struttura migliore e di farlo in assoluta trasparenza».



Alessandro Renna

Dunque ricerca di qualità e certezza di scegliere secondo procedure che non potranno essere contestate al decisore né dall'azienda, né sul fronte legale (basti pensare alle implicazioni della 231). «Una volta collegata al nostro sistema, l'azienda può scegliere a quali studi iscritti inviare l'invito, informandoli sul tipo di assistenza di cui necessita», spiega Renna. «Questi ultimi hanno tempo, entro le deadline stabilite dal cliente, per chiedere eventuali informazioni supplementari e quindi presentare la propria offerta». Quest'ultima avviene tramite la compilazione di un form contenente tutti gli aspetti che l'azienda intende approfondire: dal track record dello studio nella specifica materia ai nomi degli avvocati che seguirebbero la pratica, con tanto di esperienze, lingue conosciute e articolazione organizzativa dello Studio, per finire con i costi del servizio e la quantificazione delle even-

tuali spese».

L'adesione al servizio è gratuita per le aziende (30 quelle iscritte, con l'obiettivo di arrivare a 90 entro fine anno) e a pagamento per gli studi (12 attualmente). La fee ordinaria ammonta attualmente a 3mila euro all'anno (con sconti per le realtà più piccole), con la garanzia di rinnovo gratuito per l'anno successivo se nell'arco di dodici mesi non si viene chiamati a partecipare ad un certo numero di beauty contest.

Un cambio di prospettiva necessario

Sulla carta il servizio è ineccepibile, complice la già citata legge 231/01 che in molti settori indica il beauty contest come strumento

migliore per assicurare una scelta trasparente e diligente del consulente, nel miglior interesse dell'azienda. Rispetto alle «gare di bellezza» artigianali, questo software aggiunge efficienza di processo e criteri di sistematicità e trasparenza. Passare dalla teoria alla pratica significa, però, fare i conti con qualche ostacolo. Ad esempio: è immaginabile che i partner dei grandi studi, abituati ad attendere che siano le aziende a presentarsi da loro, si mettano in gioco compilando il form? «Sicuramente sì, se solo consideriamo che fanno già parte di 4cLegal 8 tra i primi 30 studi italiani, inclusi alcuni del *magic circle* inglese.

Compliance e mercato stanno convergendo verso nuovi paradigmi, e i professioni-

sti cominciano a cogliere in questo delle opportunità», risponde Renna, «tra la crisi e la consapevolezza che il mercato converge verso standard internazionali, molti avvocati stanno cambiando atteggiamento rispetto alle consuetudini consolidate. Non dimentichiamo, poi, che ormai buona parte degli studi d'affari si è dotata di risorse dedicate proprio al business development».

Altra questione non secondaria: gli avvocati non sono abituati a mettersi in competizione con i loro colleghi e custodiscono gelosamente le proprie informazioni. Come potrebbero accettare di partecipare alla competizione? «Anche questo tema lo abbiamo ben presente», ribatte il fondatore della società. «Per questo abbiamo creato un sistema criptato, che impedisce al singolo studio di visualizzare le offerte concorrenti e di conoscere quali sono gli altri competitor».

Per Renna, dunque, l'Italia può diventare un laboratorio di innovazione: «Non va dimenticato che lo strumento è utile per i professionisti anche in un altro senso: i feedback ricevuti dalle aziende, anche se negativi, possono aiutare a definire standard via via migliori nei rapporti con la clientela. Anche questo può aiutare gli studi italiani boutique a uscire da una dimensione esclusivamente domestica».

© Riproduzione riservata

REALIZZATO DA PAUL HASTINGS CON REUTERS-THOMSON E RSF

Libertà di espressione, un manuale legal per giornalisti e blogger

Un manuale a disposizione di giornalisti e blogger di tutto il mondo, che desiderano essere informati sul quadro giuridico internazionale relativamente alla loro libertà di espressione.

Lo hanno realizzato la **Fondazione Reuters Thomson, Reporters senza frontiere** e lo **studio legale Paul Hastings**, mettendolo a disposizione gratuitamente - in formato pdf - all'url: <http://www.trust.org/contentAsset/raw-data/dceec155-7cb8-4860-a68e-4b463e5620511file>.

Disponibile in lingua inglese, il «Manuale di difesa per giornalisti e blogger» è unico nel suo genere in quanto si concentra in particolare sulla applicazione dei principi giuridici internazionali per il lavoro dei giornalisti. Al suo interno è possibile trovare anche pronunce giurisprudenziali e raccomandazioni formulate dagli organismi e dei tribunali internazionali e regionali in relazione ai vari aspetti della libertà di parola.

Perché i giornalisti operano all'interno di un quadro giuridico internazionale, il loro diritto alla libertà di espressione, sono tutelati, ma anche limitati in circostanze specifiche. Il manuale analizza

come la libertà di parola è bilanciata da altri diritti, come quello alla privacy, la tutela della moralità pubblica e la sicurezza nazionale degli Stati.

Nelle 284 pagine del manuale è possibile trovare anche regole di comportamenti e situazioni a rischio per la professione. «L'attività dei giornalisti sta diventando sempre più rischiosa perché in molti casi la loro attività è vista come una minaccia», ha spiegato, presentando l'iniziativa, **Monique Villa**, amministratore delegato della Fondazione Reuters Thomson. «I gruppi terroristici, ma anche potenti lobby e alcuni governi stanno cercando di censurare i media e impedire la condivisione delle informazioni raccolte. È importante che i giornalisti non rinuncino al coraggio che li contraddistingue, che non si auto-censurino. Per farlo è necessario che conoscano le norme del diritto internazionale che li tutelano».

Il testo è destinato anche agli avvocati che difendono i giornalisti, ma non possono avere facile accesso alle risorse giuridiche internazionali. Così come ad attivisti per i diritti umani, organizzazioni della società civile e Ong attivi su questo fronte.

© Riproduzione riservata