

BEAUTY CONTEST

La gara «su misura» del mercato

Compliance, trasparenza e nuovo equilibrio tra costo e qualità.
4cLegal si propone di rivisitare il beauty contest
rendendolo un processo più proficuo per tutti gli operatori

di Marco Michael Di Palma



NEGLI ULTIMI ANNI IL SETTORE LEGALE ha visto la costante e progressiva affermazione di uno strumento di selezione dei consulenti legali denominato, con informalità, «*beauty contest*». Si tratta di una procedura competitiva organizzata dal cliente per scegliere il consulente cui affidare un incarico di assistenza legale.

Il beauty contest è una prassi consolidata per soggetti pubblici, aziende private e fondi di investimento, nonché codificata in modelli organizzativi, policy interne e regolamenti.

I motivi della diffusione di tale procedura sono diversi ma tre fattori spiccano principalmente. Primo, l'effettuazione di beauty contest per la scelta del consulente legale è spesso obbligatoria in base a norme di legge, modelli organizzativi adottati ai sensi della l. 231/2001 e policy interne. In questi casi, la procedura costituisce il semplice assolvimento di un dovere. Secondo, il beauty contest assicura trasparenza nel processo di selezione e garantisce quindi la posizione di coloro che hanno

Nasce in Italia un progetto per rendere il beauty contest più efficiente e più proficuo per tutti gli operatori

responsabilità per l'attribuzione di incarichi. In questa prospettiva, il beauty contest è una garanzia di fronte al sindacato, a seconda dei casi, del top management, degli investitori, degli azionisti, delle autorità di vigilanza e delle autorità giurisdizionali (Corte dei Conti, nel caso di soggetti pubblici). Infine, il metodo concorrenziale assicura al cliente l'acquisizione di servizi legali di qualità ad un prezzo di mercato ed è pertanto un metodo particolarmente adeguato per tutelare l'interesse aziendale. Sotto questo profilo, il beauty contest è quindi un approdo fisiologico del mercato.

Stato dell'arte e criticità

Ed è sotto il profilo del mercato che è emersa, finora, una distanza incolumabile tra le aspettative delle aziende e le esigenze degli studi legali. Lo ha dimostrato l'ultima indagine condotta da TopLegal (n. 5 maggio 2012) sulle modalità, attraverso le procedure di beauty contest, di acquisizione dei servizi legali da parte di prestigiose direzioni legali italiane. Raccogliendo le indicazioni di soci appartenenti a studi legali di primo livello – professionisti che ai beauty contest prendono parte regolarmente con l'obiettivo di vincere e acquisire l'incarico – l'indagine TopLegal giungeva ad alcune conclusioni significative.

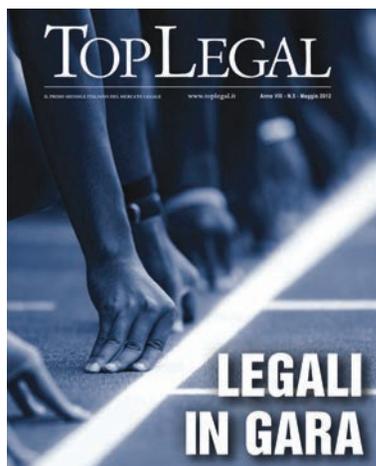
Innanzitutto si riscontrava che i beauty contest sono diventati uno standard di mercato, sia per operazioni straordinarie e controverse giudiziali, sia per attività più tipicamen-

te routinarie come la consulenza ordinaria. In generale, gli elementi imprescindibili sono: la definizione e l'oggetto dell'incarico (*scope of work*); le credenziali e le competenze dello studio nel settore oggetto dell'attività; la composizione della squadra e, in particolare, dei soci coinvolti; l'offerta economica; e i termini di pagamento.

Nonostante questa prassi consolidata, gli inviti a partecipare ai beauty contest (*request for proposal o request for pitch*) sono spesso poco chiari e poco strutturati. Questo per vari motivi. Sulla vittoria finale potrebbero pesare in varia misura, oltre all'offerta economica, altri fattori. Questi includono il curriculum vitae della squadra messa a disposizione, la disponibilità ad essere flessibili e riprogrammare velocemente struttura e contenuti dell'incarico, la capacità di conformarsi alle policy

del cliente, nonché la previsione di flussi informativi (anche sulla spesa) durante l'esecuzione dell'incarico. Tuttavia, accade che il processo e i criteri di valutazione delle offerte non sono resi noti agli studi legali partecipanti; e la percezione è generalmente quella di una competizione che si gioca principalmente sul criterio economico. Per di più, i beauty contest hanno un costo significativo per lo studio legale, ripagato soltanto in caso di aggiudicazione.

Secondo le conclusioni dell'indagine riportate da TopLegal, il beauty contest, per quanto standard di mercato e potenziale best practice per la selezione dei consulenti legali, rappresenta uno strumento con ampi margini di miglioramento.



Beauty contest: verso una best practice

Come già sottolineato più volte da questa testata, l'evoluzione del mercato legale italiano si trova per molti aspetti frenata da un gioco a somma zero che mette in contrasto gli interessi delle aziende e quelli dei consulenti esterni. Serve uscire dal vicolo cieco della semplice gara a ribasso – dannosa anche per i clienti oltre che per gli studi – per stabilire un nuovo equilibrio tra costo e qualità.

Nel contesto di queste riflessioni sulle inefficienze tra domanda e offerta, e consapevole della necessità per le aziende di una migliore compliance e trasparenza interna, nasce per la prima

volta in Italia un progetto per rivisitare il beauty contest e per renderlo un processo più efficiente e più proficuo per tutti gli operatori.

Si tratta di **4cLegal**, ideato e sviluppato da un ex avvocato d'affari, Alessandro Renna (si veda l'intervista nel box). 4cLegal è un software online che informatizza l'intero processo di beauty contest. In pratica, l'azienda compila online una *request for proposal* e sceglie quali studi legali invitare. Gli studi legali invitati ricevono una mail di notifica dell'invito, si collegano e possono sia fare domande sia formulare la propria offerta entro le scadenze fissate

GUIDA TOP LEGAL

i migliori studi e professionisti

Dal 2006 il Centro studi TopLegal svolge ricerche qualitative sul mercato italiano dei servizi legali e tributari con l'obiettivo di individuare e far emergere le eccellenze associative e individuali del panorama professionale nazionale. Una occasione, senza uguali, per promuovere trasparenza, merito e crescita.

www.guidatoplegal.it

dal cliente. Infine, il cliente viene avvisato del ricevimento di offerte e può visualizzarle anche in modo sinottico, potendo attribuire un punteggio a ogni voce dell'offerta. Tra le voci vi sono il track record dello studio, la composizione e qualificazione del team, l'articolazione organizzativa dello studio, l'offerta economica, e i termini di pagamento.

L'obiettivo dichiarato, secondo Renna, è quello di consentire ad aziende e studi legali di svolgere l'intero processo «in modo estremamente semplice, impiegando minuti e non ore o giorni di lavoro e in un contesto di maggiore chiarezza, valorizzando la prestazione legale nel suo com-

plesso senza ridurre tutto a una gara al ribasso». L'obiettivo è ambizioso; le adesioni raccolte tra aziende e studi legali indicano che il progetto 4cLegal risponde a un'esigenza primaria del mercato dei servizi legali italiani. E come tale potrebbe creare e diffondere un'innovazione a favore di tutti gli stakeholder interessati.

*TopLegal darà spazio e seguirà gli sviluppi di 4cLegal, a partire da una survey che verrà svolta tra i principali operatori del mercato legale, per aggiornare le considerazioni del 2012 e gettare le basi per una nuova riflessione sull'istituto del beauty contest. **IT***



SEGUI
@TopLegal_Italia