

LE GUIDE MICHELIN DEGLI AVVOCATI D'AFFARI

Da Chambers a Legal500, da Top Legal a Legalcommunity, ecco come i legali si mettono in vetrina per attrarre potenziali clienti. E l'ultimo nato si muove con classe: PVB Monitor, il marketplace di Ambrogio Visconti

di Marina Marinetti



Mettiamo il caso che vogliate fare causa a Leonardo. O siglare un accordo di un certo valore con Crédit Agricole Italia. In entrambi i casi vi servirà un avvocato d'affari. Che non si sceglie a casaccio: nel primo caso magari non vi rivolgerete allo studio Gatti Pavesi & Bianchi, che ha assistito l'azienda guidata da Alessandro Profumo nell'acquisizione della svizzera Kopter. Nel secondo, ne sceglierete uno che con la banca ha una certa confidenza, per esempio Dla Piper, che l'ha assistita nella cessione al fondo Kensington del complesso immobiliare di Via Armadori a Milano.

Certo, conoscere quali clienti (e quali avversarsi) hanno nel proprio carnet gli avvocati d'affari è già un bell'inizio. Ma non basta: anche volendone cercare "uno bravo", tocca scegliere fra gli oltre 9.600 avvocati che lavorando nei primi 50 studi d'affari (quelli censiti da Legalcommunity e classificati per bilancio), che muovono un giro d'affari complessivo superiore ai 2,5 miliardi di euro. Per carità, a parte il passaparola - uno stru-

mento di business matching che non sarà evoluto, ma senz'altro è molto efficace - la vetrina non manca. E serve, oltre che a farsi trovare dai potenziali clienti, anche a una sorta di scambio di figurine tra studi legali, con il passaggio di professionisti da una firm all'altra. Tutto cominciò da Londra uan trentina d'anni fa, quando Chambers & Partners si inventò il ranking dei legali d'affari, una sorta di Guida Monaci degli avvocati: censendone 80mila in più di 185 giurisdizioni oggi fattura qualcosa come

20 milioni di sterline l'anno. The Legal 500, che la seguì a ruota, aggiunse al ranking anche le classifiche

degli studi legali e una serie di pubblicazioni editoriali.

Perché allora non tentare di replicare il modello in Italia? A farlo è stato Michael Di Palma, che in Chambers ha lavorato dal 2002 al 2004, per poi fondare, a Milano, Penta Group, e avviare, insieme con Aldo Scaringella, il mensile Top Legal, con l'idea di creare un istituto di ricerca e di analisi affiancandola a una vera testata

giornalistica, con veri giornalisti professionisti che raccontassero il mondo degli avvocati d'affari. Poi, nel 2011, Aldo Scaringella ha deciso di "alzare il tiro", fondando Legalcommunity (poi rebrandizzata in LC Publishing Group), editore digitale sul mondo legal, finance e food, in chiave "business" (come cambi di poltrona, operazioni e protagonisti dei mercati di riferimento) e ha uffici a Milano, Madrid e New York. E nel 2013 ha chiamato Nicola Di Molfetta, già direttore per cinque anni di Top Legal, a dirigere il suo Legalcommunity.it, che, oltre a cronaca e report approfonditi, premia - grazie agli sponsor - anche i migliori avvocati di studi per settore industriale o di area di diritto, per un totale di più di 300 premi l'anno tra studi e avvocati.

Ma le vetrine non sono mai abbastanza. Così, ancora una volta seguendo le geniali orme di Chambers & Partners, un'altra azienda e cioè PBV & Partners, società specializzata nella comunicazione finanziaria e nel settore legale, dopo quattro anni di gestazione ha fatto nascere sua spin off: PBV Monitor. Che, oltre a classificare gli avvocati d'affari - ma non tutti - valutandoli in base a skill di comu-



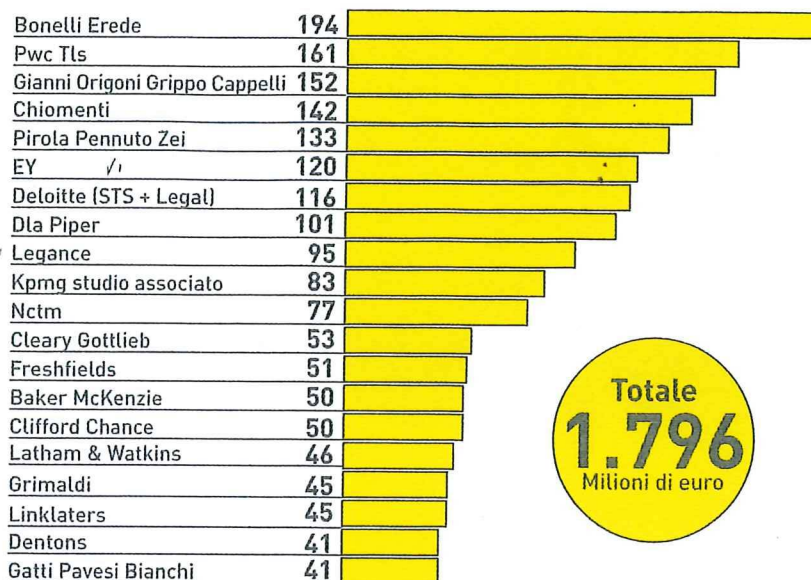
nicazione e tecniche, efficienza, efficacia e valore aggiunto percepito (dai clienti), fornisce informazioni anche su portfolio clienti, team, controparti e valore (aggregato e non) dei deal, intende creare un vero e proprio market place per i servizi legali, oltre a una serie di servizi editoriali e di business intelligence.

«PBV Monitor nasce dopo anni di lavoro nel settore degli studi legali d'affari nazionali e internazionali con l'obiettivo di razionalizzare, organizzare e rendere fruibili le principali informazioni necessarie alla selezione di uno Studio legale in una operazione di mercato», spiega a *Economy* Ambrogio Visconti, che dalla sede di Cocquio Trevisago, in provincia di Varese, negli uffici del Museo Salvini, di cui Visconti dal 1996 è vicedirettore, gestisce tre riviste online in inglese, francese e italiano.

«Il Progetto si basa su 3 distinte aree di sviluppo: editoriale, business intelligence e marketplace. È un prodotto che nasce internazionale. Adottiamo algoritmi per l'analisi di alcune fonti massive di dati, per esempio negli Usa nell'area del lobbying, che è fortemente monitorata dal governo, mentre in Italia aggregiamo le sentenze di Cassazione per parte di diritto tributario. Il nostro è più di un ranking: il modello di business da un lato vede la produzione di libri, prodotti editoriali, eventi, gra-

Il giro d'affari dei top 20

Fatturato 2019 degli studi legali - Milioni di euro



FONTE: ELABORAZIONE SU DATI DI LEGALCOMMUNITY.IT

zie ad accordi con gruppi editoriali, dall'altro vede la vendita di set di dati a banche d'affari e a studi legali internazionali che hanno bisogno di competitive intelligence. Cataloghiamo gli avvocati con un dettaglio di 185 categorie, per practice, segmentazione, giurisdizione, nome del cliente, eccetera. Il passaggio ulteriore sarà una piattaforma di intermediazione, un social come LinkedIn, ma privato, per avvocati d'affari e clienti».

L'iniziativa - va detto, perché non sfuggono i malfunzionamenti del sito e gli illustri assenti tra i 7.000 studi legali e 80.000 avvocati censiti - è agli albori. Ma alcuni fra gli illustri assenti sono assenti perché, come rivela a *Economy* una fonte interna a un grande studio legale internazionale, «tutti i servizi di questo tipo ci chiedono i contatti dei clienti, per intervistarli sul nostro operato e raccogliere referenze incrociate». Il che, considerando che la maggior parte delle operazioni sono blindati da accordi di riservatezza e quindi non possono essere comunicate, fa decisamente a pugni col tipico business degli studi d'affari. «Alcuni clienti non gradiscono queste interviste, specie quando vengono subissati di richieste di

feedback, oppure quando sono effettuate da neolaureati in materie umanistiche, perché spiegare a chi è completamente digiuno della materia 12 mesi di attività legale comporta un dispendio di risorse importante. Senza contare che c'è chi giudica alcune di queste interviste "pilotate" e che questi contatti spesso vengono utilizzati per operazioni di marketing». Sorvoliamo sulla Gdpr, che complica la vita a tutti, ma non sulla questione di fondo: «Il moltiplicarsi di queste indagini ha creato un'inflazione su queste ricerche, anche perché è difficile accontentare tutti. Quello di Chambers è sempre stato l'annuario degli avvocati d'affari, addirittura nelle gare con le grandi aziende la prima scrematura per anni è stata fatta proprio utilizzando il loro ranking. Ma d'altra parte noi avvocati siamo vanesi e farsi belli sul mercato ha un costo». E anche l'iniziativa di Visconti sta già raccogliendo i suoi frutti: a febbraio ha incassato dalla quotata inglese Clear Leisure un round di finanziamento da quasi 280mila sterline, in base a una valutazione globale del progetto che ha raggiunto i 3,1 milioni di euro, e punta ad un fatturato di 11 milioni di euro entro il 2021.

“

**ADOTTIAMO
ALGORITMI
PER ASSEGNARE
UN RANKING
AGLI STUDI
PIÙ AFFERMATI**