

Il Legal procurement da parte delle aziende è un'attività sempre più strutturata

# Ecco come si sceglie lo studio

## Il costo totale dei servizi offerti è solo uno dei parametri

Pagina a cura  
di FEDERICO UNNIA

Come scegliere un fornitore di servizi legali esterno con competenza, valutando tutti gli aspetti, dalla competenza, affidabilità del team e, non da ultimo, costo della prestazione.

Per comprendere con quali modalità e perché i clienti



Silvia Hodges Silverstein

scelgono un advisor legale è necessario conoscere profondamente il loro processo di selezione che è sempre più frequentemente affidato alla collaborazione tra l'ufficio acquisti e il dipartimento legale.

Di tutto questo si sono occupati nelle scorse settimane i responsabili marketing e business development dei principali studi legali in occasione della visita in Italia di Silvia Hodges Silverstein, professor presso la Columbia Law School e la Fordham Law School nonché autrice di numerosi testi di legal business e presidente dell'associazione americana Buying Legal Council.

«Secondo la Legal Procurement Survey 2016, condotta da Buying Legal Council negli Stati Uniti su un campione dei principali player del mercato finanziario ed imprenditoriale, i parametri di base più rilevanti e maggiormente richiesti sono esperienza in casi simili e nella medesima industry, conoscenza della struttura aziendale e del suo business, eccellenza del servizio offerto e valore aggiunto rispetto al costo della consulenza.

Ma nel momento in cui il panel si restringe ad una manciata di studi legali la seconda selezione ribalta in buona parte i fattori. Troviamo infatti un'inversione che vede la conoscenza della struttura aziendale e del suo business al primo posto, il value for money al secondo e a

seguire la proposta economica, l'eccellenza del servizio e l'approccio commerciale» ha spiegato la Hodges Silverstein.

Quindi si dà per scontata la qualità e la competenza dei professionisti e si punta sul rapporto di partnership con l'advisor con un'attenta sensibilità agli aspetti economici. Ma qual è il valore aggiunto imprescindibile per l'ufficio acquisti quando si procede alla fase di selezione di uno studio legale?

Qui la scala di priorità assume una forma diversa: facile e veloce canale di comunicazione, partecipazione a riunioni interne che possano fornire informazioni preziose per una specifica area di business, secondment di professionisti presso il cliente, pianificazione dello svolgimento della consulenza, seminari e corsi di formazione.

Qual è la cartina tornasole degli uffici acquisti per misurare uno studio legale? Il costo totale dei servizi offerti dalla law firm, il grado di soddisfazione (oltre che l'efficacia della consulenza) e il volume degli incarichi in essere. «Dobbiamo ricordare che il legal procurement è



Roberta De Matteo

responsabile della struttura dell'accordo di acquisto del servizio legale, della negoziazione delle tariffe, della negoziazione dei termini e delle condizioni, della lettera d'incarico, influenza la scelta dell'advisor e controlla il processo di selezione», spiega Silvia Hodges Silverstein. «They run the process ma non sono i decision maker. La scelta finale rimane ancora in capo al dipartimento legale ma il ruolo dell'ufficio acquisti ha un peso sempre maggiore».

«Il ruolo strategico dell'ufficio acquisti nella selezione di uno studio legale in Italia non è ancora così consolidato come negli Stati Uniti ma la strada sarà molto rapida e gli studi legali dovranno iniziare a strutturarsi internamente proiettandosi nell'audit di



Gaia Francieri

questa funzione», commenta Roberta De Matteo, Bd&communications country manager di Orrick e co-fondatore dell'associazione Mopi (Marketing e organizzazione delle professioni). «Sarebbe inoltre importante creare un po' di education ed introdurre nelle facoltà di giurisprudenza un corso legato all'approfondimento delle specificità e competenze relative al project management e process impro-

vement che possa preparare i futuri avvocati ad affiancare al meglio il proprio cliente».

«Il processo di selezione degli studi legali è in rapida evoluzione e i professionisti si devono confrontare con clienti molto esigenti che chiedono allo studio legale di «dimostrare» e non più di raccontare, la comprensione del business dell'azienda e l'efficienza dei processi. In questo processo il marketing è di cruciale importanza» afferma Gaia Francieri, responsabile marketing di Simmons & Simmons e co-fondatrice di Mopi.

E le aziende? Come scelgono i loro studi le aziende? «Scegliamo i nostri consulenti sulla base di tre criteri fondamentali», spiega Giorgio Tosetti Dardanelli, head of Law &

Compliance di Diners Club Italia: «la competenza approfondita della materia, il rapporto di reciproca fiducia e un pricing competitivo. La difficoltà che a volte incontriamo è che il legale esterno non sempre sa «mettersi nei nostri panni», sia dal punto



Giorgio Tosetti Dardanelli

di visto dell'approccio business-oriented che delle nostre esigenze di budget. Ed è proprio questo che invece noi cerchiamo».

## L'ASSEGNAZIONE DEI BENI AI SOCI



- Estromissione agevolate per i beni d'impresa
- Assegnazione, cessione e trasformazione
- L'operazione di assegnazione agevolata
- Altre imposte indirette per le tre operazioni
- La cessione agevolata dei beni ai soci
- La trasformazione in società semplice
- L'estromissione da parte di imprenditori individuali
- Profili Iva delle operazioni agevolate

Gli aspetti fiscali, contabili e civilistici delle operazioni di estromissione previste dalla legge di stabilità per il 2016

IN EDICOLA CON  
Disponibile anche sul sito [www.classabbonamenti.com](http://www.classabbonamenti.com)

