

## FORMAZIONE MANAGERIALE

aggiornamento specifici, sia teorici, sia di frequentazione di corsi svolti da ciascun professionista a seconda della propria specializzazione e del proprio ambito di attività.

3. Nel mondo legale conta innanzi tutto lo sviluppo delle skills personali, indipendentemente dal ruolo di partner o di responsabile, ciascun professionista deve seguire le proprie inclinazioni e il proprio ambito di specializzazione. Ciò premesso, non bisogna mai prescindere da una preparazione continua in materia di marketing e organizzazione. La lingua, però, è una capacità difficile da acquisire in corso. Normalmente è una predilezione che, ovviamente, va coltivata e indirizzata.

4. Il nostro Studio è molto attivo in questo senso. Vengono organizzati con frequenza numerose eventi indirizzati al mondo delle imprese, con l'obiettivo di rafforzare il rapporto con i clienti già esistenti e di creare occasioni di incontro e confronto con nuovi e futuri clienti.

In particolare, gli argomenti trattati negli incontri riguardano i prezzi di trattamento delle cause, i costi di gestione e controllo di una società, gli investimenti in Borsa, strategie di exit, la liquidazione, la finanza, il diritto societario e la gestione di una impresa familiare, la successione e la gestione di una famiglia, la gestione di una società di famiglia, la gestione di una società di lavoro, la gestione di una società di lavoro, la gestione di una società di lavoro.

5. Essere visibili sul mercato e accreditarsi come studio in grado di offrire servizi di qualità è, oggi, essenziale. In questo senso nessun socio di studi legali potrà rinunciare agli strumenti di marketing che il mercato offre per ottenere risultati significativi in termini di client development. Ma per conservare i clienti esistenti credo restino essenziali il rapporto personale e di fiducia conquistato e la flessibilità in termini di fees, per andare incontro alle esigenze economiche del cliente.

## STEFANO LOCONTE

Partner studio legale e tributario **Loconte & Partners**, Bari

1. Certo è che, al di là di quale potrà essere il destino delle società di capitali fra professionisti e della forma giuridica per l'esercizio della professione, il mercato ci impone dei radicali cambiamenti rispetto al passato. La via, dalla quale non credo si tornerà più indietro, è quella di offrire un elevato livello di specializzazione, meglio se multi-jurisdictional, e una struttura di costi flessibile ed efficiente per andare incontro alle esigenze dei nostri clienti. Oramai non si può far finta di ignorare che i nostri clienti vivono e operano in un contesto internazionale, multiculturale e fortemente tecnologico, che chiede a un professionista moderno skills totalmente diverse da quelle dei professionisti di anche solo 15 anni fa:

la conoscenza delle lingue, dei sistemi giuridici di Paesi diversi, dell'uso degli strumenti tecnologici e la capacità di lavorare in team con professionisti di altre giurisdizioni, meglio se sviluppando best partnership che consentano di fornire risposte puntuali e tempestive alle domande dei nostri clienti.



In sostanza, un approccio che faccia sentire l'imprenditore costantemente "accompagnato" dal proprio professionista di riferimento.

2. Credo che la formazione internazionale sia imprescindibile oggi per

la nostra professione. In questo senso, certamente i giovani che abbiano svolto studi all'estero (LLM) o, meglio ancora, un'esperienza di lavoro in un altro Paese hanno certamente più chance. È poi importante che la formazione sia continua e che il professionista prosegua il percorso formativo durante la propria vita professionale. In base alle dimensioni dello Studio sarà possibile immaginare formazione interna o esterna anche se tale ultima esperienza risulta assolutamente imprescindibile per la rete di relazioni che può contribuire a creare.

3. Essere visibili sul mercato e accreditarsi come studio in grado di offrire servizi di qualità è, oggi, essenziale. In questo senso nessun socio di studi legali potrà rinunciare agli strumenti di marketing che il mercato offre per ottenere risultati significativi in termini di client development. Ma per conservare i clienti esistenti credo restino essenziali il rapporto personale e di fiducia conquistato e la flessibilità in termini di fees, per andare incontro alle esigenze economiche del cliente.

4. La formazione dei propri clienti ricopre un ruolo essenziale per gli studi legali da almeno un ventennio all'estero e ha un ruolo sempre crescente in Italia. Penso alla necessità delle società - soprattutto quelle di maggiori dimensioni - di rivolgersi ai professionisti per organizzare training session dei dipendenti e informarli della regolamentazione relativa ai diversi settori di rilievo per il business della società. Se si pensa che la negoziazione e spesso anche la redazione di contrattualistica commerciale complessa è affidata in molte società a tecnici che non hanno nessun background legale, è evidente che l'offerta formativa e l'aggiornamento periodico ai propri clienti possono rivestire un ruolo molto importante per gli studi legali.