

GITTI:

«SIAMO UN HUB GENERAZIONALE»



**La tecnologia
e la trasformazione
del diritto**



**Orsingher Ortu
e la scommessa
sulla qualità**



**L'Aim raddoppia
ma attira ancora
pochi investitori**



**I legali in house
bocciano la Brexit**



**Law firm e società di capitali:
la lezione inglese**

Lo studio punta a radunare i protagonisti «del mercato di domani». E con i suoi soci getta le basi per un modello nuovo di boutique. Organizzazione e relazioni sono gli asset fondamentali

Lo studio punta a radunare i protagonisti «del mercato di domani». E con i suoi soci getta le basi per un modello nuovo di boutique. Organizzazione e relazioni sono gli asset fondamentali

GITTI:

**«SIAMO
UN HUB
GENERAZIONALE»**



I talento abbonda nelle stanze degli studi legali. Ma in molti casi giace dimenticato o trascurato. È l'effetto indesiderato di anni e anni di gestione-zero.

Anni in cui gli affari giravano “a prescindere” e in cui si poteva far carriera, magari, solo perché si conosceva un po' d'inglese oltre al diritto.

Questo talento o meglio questi talenti cercano spazi per essere valorizzati. Un'occasione da cogliere per le startup legali. Così come per qualunque organizzazione che voglia puntare sul futuro. «Noi vogliamo diventare un hub generazionale», dice a **MAG Gregorio Gitti**, parlamentare e tra i maggiori esponenti dell'avvocatura d'affari degli ultimi venti anni, socio di lungo corso di **Carlo Pavesi** da cui si è separato a maggio 2015 per dare vita a un nuovo progetto professionale.

Nella sala riunioni affacciata su via Dante a Milano mancano ancora i quadri. Lo studio Gitti and Partners è appena nato, dopo l'uscita di **Daniele Raynaud** (si veda il numero 60 di **MAG**).

Da pochi giorni il team ha preso possesso degli uffici di questo palazzo. Spazi ampi. Inframezzati da sale riunioni e disimpegni tappezzati di testi di diritto.

«Noi, adesso, abbiamo tre obiettivi», racconta Gregorio Gitti: «Anzitutto fare uno studio che si muova all'unisono con una grande coesione, generosità e solidarietà fra partner e collaboratori; poi realizzare una realtà che abbia estrema competenza nei settori che copre; terzo, avere una organizzazione capace di attaccare tutto, poiché non ci deve essere un deal che non sia alla nostra portata».

Tradizione e contemporaneità sono le due cifre che convivono in questa organizzazione, dove la convinzione che le relazioni siano e resteranno un asset fondamentale per eccellere sul mercato si accompagna con la certezza che per crescere e dare vita a un modello di successo sia al contempo necessario essere ben organizzati, cercare nuovi spazi, nicchie di mercato e conservare una struttura di costi più che razionale.

LO STUDIO IN CIFRE

6

I soci equity dello studio

3

i partner salary

8

Gli of counsel

19

I collaboratori

9

I milioni fatturati nel 2015



Gregorio Gitti

«Puntiamo a identificare persone di grande valore e che con il nostro aiuto possano ulteriormente sviluppare le loro potenzialità»

Al tavolo ci sono Gitti e **Vincenzo Giannantonio**, reduci dalla conquista di Setefi al fianco di una cordata di private equity formata da Bain Capital, Advent e Clessidra (gli stessi tre soggetti che un anno fa portarono a casa il deal Icpbi). Un'operazione da oltre un miliardo di euro «che ha impegnato circa 20 di noi» raccontano.

Quanti avvocati conta oggi lo studio?

Gregorio Gitti: Siamo circa quaranta persone e abbiamo l'obiettivo di arrivare a cinquanta potenziando alcune aree, dopo i recenti rafforzamenti sull'energy.

Quali aree?

GG: Uno dei prossimi arrivi dovrebbe essere quello di un professionista esperto in life science. A cui potrebbe seguire anche quello di un legale con una expertise nell'aerospazio.

Come mai l'aerospazio?

GG: È un settore in cui abbiamo un track record importante e che vogliamo valorizzare. Per esempio, abbiamo lavorato alla ristrutturazione di Alitalia e abbiamo seguito praticamente tutti i passaggi dell'm&a di Avio.

Oltre che per industry pensate anche di rafforzarvi in specifiche aree di pratica?

GG: Stiamo pensando di crescere ulteriormente nel contenzioso che abbiamo avviato con l'arrivo di **Alessandro D'Adda**, ex Schlesinger. Così come avremo grande attenzione per l'amministrativo societario e l'antitrust.

Quali sono i tempi in cui si compiranno questi lateral hire?

GG: Crediamo di riuscire a completare questo piano di acquisizioni professionali entro la fine di quest'anno. Un paio di risorse sono già state individuate.

Vincenzo Giannantonio: Lo studio d'affari deve avere una litigation di primo livello. E questo anche in ambito finanziario. L'idea è quella di avere un contenzioso di qualità e alta marginalità.

Che profili state selezionando?

GG: La nostra filosofia è quella di una boutique in grado di coprire tutte le practice ma che fonda la propria reputazione sull'elevata qualità del servizio. E questi innesti che stiamo preparando rappresentano profili d'eccellenza.

Anche perché se l'obiettivo è di arrivare a 50 e oggi siete già 40, dovrete prendere figure senior...

GG: Stiamo parlando di un allargamento della partnership a figure di spicco. Ma con un taglio particolare.

Ovvero?

GG: Identificando persone di grande valore e che con il nostro aiuto possano ulteriormente sviluppare le



Vincenzo Giannantonio

loro potenzialità. Lo studio avrà un taglio giovane. Nel giro di tre o cinque anni ci sarà un fondamentale cambio generazionale sul mercato e noi vogliamo arrivare pronti e coesi.

«Se l'unico parametro su cui si valutano e si giudicano i professionisti è quello dei ricavi generati, inevitabilmente, a lungo andare si creano divisioni e scissioni»

Cosa state facendo su questo fronte?

GG: Stiamo costruendo un hub generazionale. Anzitutto stiamo selezionando gli avvocati che saranno i protagonisti dei prossimi cinque anni sul mercato.

Da questo punto di vista avete una grande opportunità storica. In molti studi c'è una endemica mancanza di spazi che non consente di valorizzare le risorse più giovani e promettenti...

VG: Che spesso sono quelle che ci contattano.



THE UNIVERSITY OF
CHICAGO

Alumni Club of Italy

Banking & Restructuring

Milano, 4 luglio 2016

Partner



Simmons & Simmons

TRANSEARCH

YOUR WORLD PARTNER IN EXECUTIVE SEARCH

Sponsor

Santa Margherita

GRUPPO VINICOLO

RATTIFLORA

Dinner

Palazzo Parigi

Media Partner

financecommunity

«Oltre alla perfetta organizzazione serve anche la capacità di garantire esperienza, capacità negoziale e visione strategica»



Gregorio Gitti

Qual è l'opportunità che offrite?

GG: Ci siamo dotati di uno statuto che vuole favorire i talenti e la coesione. Abbiamo immaginato un sistema di quote e un sistema di incentivi per premiare le performance.

VG: Un sistema di quote predefinito, affiancato a una serie di premialità che

non guardano solo al fatturato prodotto ma anche alla partecipazione allo sviluppo dello studio e del benessere dell'organizzazione è ciò che, riteniamo, possa favorire la crescita e questa coesione interna.

Il benessere diventa un target?

VG: In un certo senso sì. Se l'unico parametro su cui si valutano e si giudicano i professionisti è quello dei ricavi generati, inevitabilmente, a lungo andare si creano divisioni e scissioni. L'idea invece è contemperare il benessere economico con il benessere individuale.

Bastano delle regole per realizzare questo?

VG: Servono le regole, ma noi abbiamo fatto di più. Questi uffici sono concepiti proprio per favorire e rafforzare l'interazione tra colleghi. Abbiamo uno spazio alla Google dove noi avvocati ci possiamo incontrare. Una sorta di agorà, per scambiarsi opinioni, confrontarci e trascorrere del tempo insieme. Un domani potremmo anche avere un nido di studio. Il principio di fondo è: se chi forma lo studio sta bene, lo studio lavora meglio.

Sono cose che di solito si sentono dire nelle law firm internazionali...

VG: Qui abbiamo unito due tradizioni: quella delle grandi relazioni e quella di stampo più anglosassone. Vogliamo essere un hub generazionale capace di essere percepito come interlocutore di fiducia da parte dei clienti e in grado di affiancarli sia nelle operazioni più complesse sia in quelle che richiedono,

diciamo così, grande produzione di carta.

GG: Noi crediamo che nel lavoro legale, il brand e la macchina organizzativa (che sono necessari e di cui ci siamo dotati) non riusciranno mai a far declinare la natura fiduciaria dei mandati.

Le relazioni e i rapporti fiduciari resteranno un asset rilevante anche in questo scenario di cambio generazionale?

GG: Le società sono fatte di persone e alle persone vengono affidate responsabilità. E finché sarà così, la

necessità di affidarsi a un consulente di fiducia, a un professionista che si conosce e di cui si ha stima non verrà meno.

VG: L'attenzione all'aspetto relazionale non è antitetica a quella per il profilo generazionale. Gli studi legali devono cambiare ed evolvere al fianco della società che cambia.

«All'estero stiamo presidiando mercati che sono più battuti dai clienti che dai legali. Ci sono Paesi che vedono tradizionalmente una grande presenza di aziende italiane e in cui gli studi legali sono latitanti»



Vincenzo Giannantonio

Insomma, secondo voi la professione non può diventare una commodity?

GG: Mai. Anche nei beauty contest in cui arrivano offerte poco plausibili o nel banking dove c'è la maggiore standardizzazione contrattuale, i clienti si rendono conto che i pitch "svenduti" portano al tavolo delle trattative persone inesperte e in definitiva creano più danni che benefici.

L'organizzazione, però, è un dato di efficienza che viene ormai preteso...

GG: Ed è giusto così. Ma è una linea sottile: oltre alla perfetta organizzazione serve anche la capacità di garantire esperienza, capacità negoziale e visione strategica.

Milano resterà la vostra unica sede?

GG: In realtà stiamo considerando

l'opportunità di aprire anche a Roma. Ma non per il gusto di farlo. Abbiamo importanti clienti basati nella Capitale che ad oggi riusciamo a seguire perfettamente da qui. A Roma vogliamo creare una testa di ponte per alcune aree specifiche.

Le practice di regulatory e antitrust potrebbero essere basate lì...

GG: Esattamente. Mentre all'estero abbiamo un'attenzione a mercati che si stanno aprendo. Uno dei nostri soci è appena tornato da Teheran. E anche lì avremo presto una scelta da fare.

VG: Stiamo presidiando mercati che sono più battuti dai clienti che dai legali. Ci sono Paesi che vedono tradizionalmente una grande presenza di aziende italiane e in cui gli studi legali (con l'eccezione di qualche law firm internazionale) sono assolutamente latitanti.

L'Iran è il futuro. Mentre vi siete già mossi in Monzambico (con Roberto Giustiniani e Laurindo Saraiva) e sin Asia (con Paolo Mapelli)...

VG: Puntiamo sul Monzambico perché

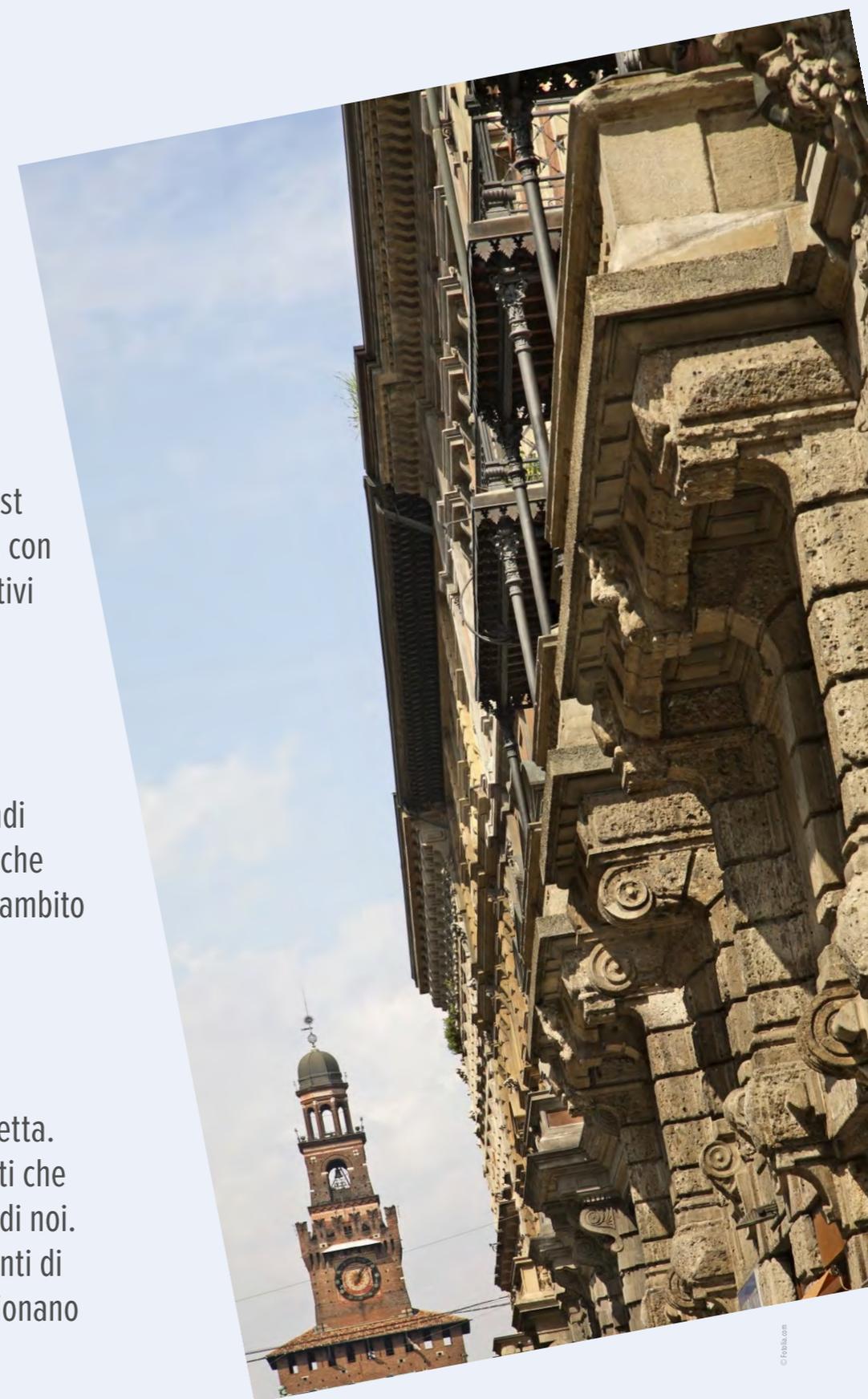
lì gli interessi italiani sono tantissimi. C'è Eni, come è noto. Ma ci sono anche numerosi contractor e sub-contractor con cui abbiamo già cominciato a lavorare. Il Monzambico, poi, sarà la porta per l'Africa subsahariana. Guardiamo anche a Istanbul dove stiamo avviando dei rapporti di best friendship con alcuni studi locali. E con **Gianandrea Rizzieri** siamo già attivi sul Paese.

E poi c'è il Giappone?

VG: È un Paese che può avere grandi potenzialità, come per esempio anche Israele, per sviluppare l'attività in ambito life science.

Londra, invece, non vi attira...

VG: A Londra non riteniamo sia necessario avere una presenza diretta. Abbiamo contatti con molti soggetti che ci conoscono da tempo e si fidano di noi. Studi che ci considerano dei referenti di fiducia e con i quali i rapporti funzionano bene così. 🇮🇹



© Fotolia.com