

DIVERSITY UNA QUESTIONE D'AFFARI

L'adozione di politiche di genere negli studi legali diventa strategica per stare sul mercato. Secondo le testimonianze raccolte da *Mag by legalcommunity.it* cresce il numero di clienti che tiene in considerazione la composizione dei team nell'assegnazione dei mandati.



Questione femminile, ma non solo. Parliamo di diversity. In Italia, il termine comincia a diventare di uso comune. Anche se in un'accezione un po' limitata rispetto a quella che sarebbe giusto dargli, visto che viene riferito soprattutto alla questione femminile.

Ad ogni modo, anche negli studi legali attivi nella Penisola si comincia a considerare la questione. Il che si spiega sia con l'evoluzione della coscienza etica nella gestione dell'associazione professionale, sia con la necessità di rispondere a una precisa domanda di mercato che, nel corso dei prossimi anni, potrebbe diventare molto più consistente.

Già, perché sono sempre di più i clienti che hanno un bilancio sociale e che per renderlo più virtuoso scelgono i propri advisor non solo tenendo conto delle competenze che questi sono in grado di offrire, ma anche per il modo in cui organizzano le loro risorse umane.

Il criterio della diversity ossia della rappresentanza delle minoranze (di genere, razza, religione, ecc.) in alcuni casi può essere ciò che fa la differenza nell'assegnazione di un mandato: a parità di bravura, i clienti (solitamente banche e multinazionali di matrice anglosassone) scelgono il consulente che ha e mette a loro disposizione un team di lavoro creato rispettando la diversity.

UNA QUESTIONE «EMERGENTE». «In Italia», aggiunge poi **Vania Petrella**, partner di Cleary Gottlieb, «il dibattito sulla diversity è prevalentemente concentrato sul tema delle quote rosa, anche se da più parti si rileva sensibilità e attenzione alle minoranze *tout court*».

«In particolare negli studi legali», osserva **Giorgia Vitanza**, hr manager di Portolano Cavallo, «il tema della diversity è emergente, anche se ancora poco concreto in termini d'iniziative e numeri. I dati recenti del Consiglio nazionale forense sono abbastanza allarmanti: riferiscono la presenza di soli 15 presidenti, 43 segretarie, di 45 tesoriere e di circa 500 consiglieri nei Consigli dell'Ordine in Italia, di 10 delegate alla Cassa forense (dato precedente alle ultime elezioni, *ndr*) e di due avvocati donna tra i consiglieri del Cnf. Mentre, con riferimento a dati

dell'ordine degli Avvocati di Milano, solo il 30% delle avvocate donna è socia o titolare di uno studio legale. Nel nostro studio 3 dei nostri 7 soci sono donne e una delle 3 è membro del Comitato Esecutivo». La presenza di donne ai vertici di alcuni dei



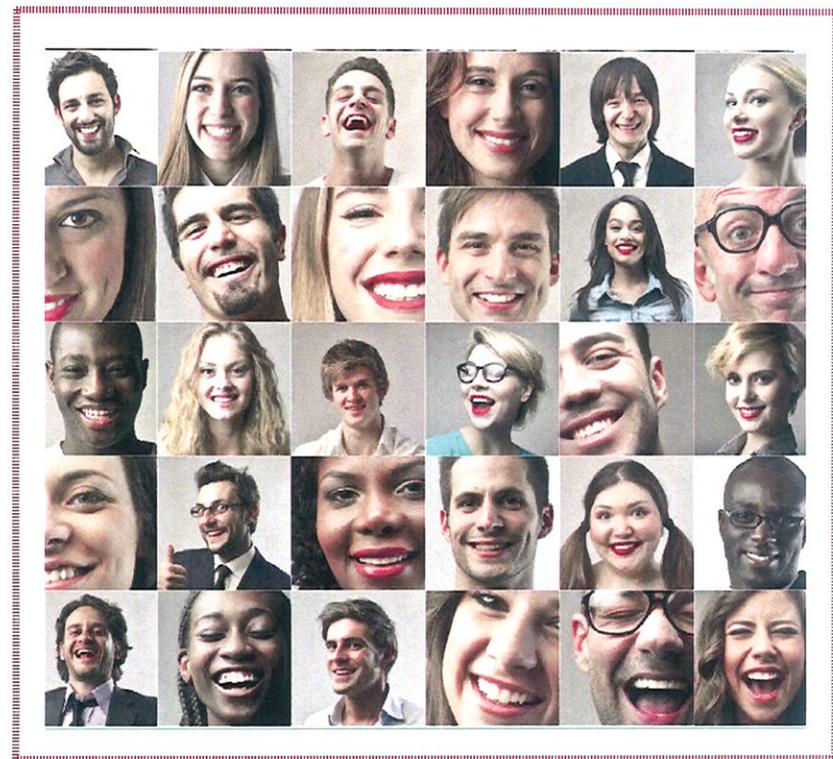
maggiori studi italiani è, in generale, ancora molto bassa. La percentuale di socie, infatti, oscilla tra l'11 ed il 18%.

UN IMPEGNO «GIUSTO». Eppure, **Ferdinando Poscio**, socio responsabile delle attività di Corporate Responsibility di Clifford Chance in Italia, ritiene giusto costruire una struttura professionale anche tenendo conto della rappresentatività di soggetti rientranti nella macrocategoria delle minoranze. «Incoraggiare un atteggiamento inclusivo dove tutti i professionisti e dipendenti, a prescindere da razza, religione, disabilità, genere, orientamento sessuale, età o formazione, possano esprimere al massimo le proprie potenzialità è un obiettivo fondamentale per il nostro studio».

Si tratta di una scelta fatta per equità, ma anche per utilità come spiega, ancora Petrella: «La varietà culturale, religiosa ed etnica frutto di una politica attenta ad includere in una realtà professionale le cosiddette minoranze, di fatto si traduce in creatività e dinamismo, migliore capacità di adattamento ai cambiamenti esterni, efficacia nel rispondere alle richieste della clientela, la cui provenienza è sempre più globale».

E per tradurre in concreto questo impegno, c'è chi si attiva per creare le condizioni che possano

assicurare allo studio la possibilità di "assumere" le risorse migliori. «Noi partiamo sempre dalla ferma convinzione che i professionisti di talento, che condividono la nostra passione e la nostra cultura sono una risorsa preziosissima e scarsa», sottolinea Vitanza, «per questo è stato naturale dal primo momento dare spazio a formule di part-time, per esempio legate alla maternità, anche per professioniste con ruoli di responsabilità».



diversity, in aggiunta agli ovvi criteri della competenza e qualità, possa virtuosamente incidere sulla formazione dei talenti a prescindere dal genere, dalla religione o dalla razza. E, in effetti, uno studio legale, così come qualsiasi altra realtà economica, dovrebbe andare alla ricerca dei migliori talenti in termini assoluti, anche a beneficio dell'eterogeneità del gruppo di lavoro che, per i motivi già segnalati prima, rappresenta un indiscutibile reale valore aggiunto per i clienti e, quindi, per lo stesso studio».

«La competenza e la professionalità», aggiunge Poscio, «restano i requisiti chiave per lo svolgimento di un incarico professionale, ma il punto è in realtà un altro. E' ormai provato che un ambiente che valorizza la *diversity* è un ambiente in grado di attrarre le risorse migliori e di proporre le soluzioni più innovative. È per questa ragione che alcuni clienti, nell'assegnazione di un mandato, ritengono di dover tener conto di tale elemento, che non a caso viene valutato anche nelle statistiche internazionali più avanzate sulla competitività delle imprese e degli stati».

INIZIATIVE E POLITICHE CONCRETE. Ma cosa fanno gli studi legali attivi in Italia per promuovere la diversity? In Freshfields, racconta

Arossa, «Abbiamo (almeno) un diversity partner in ogni ufficio, un collaboratore come diversity champion, riunioni di professioniste donne (è un *women network*) iniziative concrete (come una *flexible working policy* a beneficio di professionisti donne e svantaggiati, ma non solo) e risorse a livello globale dedicate alla *diversity*. Abbiamo svolto training sul cosiddetto *unconscious bias*; presidiamo l'allocazione degli incarichi in modo che si promuova la *diversity*, abbiamo inserito dei target per il 2020 per avere una percentuale rappresentativa di donne socie



© Freshfields - Arossa.com

