

Tendenze. Il Censis: oltre il 52% dei legali dell'area, specie i giovani, è favorevole a forme di pubblicità

Il marketing piace agli avvocati

Gli studi che investono di più offrono servizi diversificati ai propri clienti

Fabrizio Pasquino
TORINO

Gli avvocati del Nord-Ovest sono nella maggioranza dei casi (52,1%) favorevoli a forme di pubblicità delle loro specializzazioni e dei servizi offerti. Un dato emerso da un'indagine realizzata dal Censis quest'estate, che ha sottolineato anche come i quasi 13mila avvocati di Piemonte, Liguria e Valle d'Aosta, investano di più in pubblicità: +20% nel 2007 rispetto al 2006. E farlo sono maggiormente i giovani professionisti. «Il dato relativo all'incremento è confortante, ma anche prevedibile», spiega Ivano Lusso, segretario nazionale dell'Anpa (Associazione nazionale praticanti avvocati) - perché non fa che confermare la maggiore predisposizione dei giovani al cambiamento e all'utilizzazione delle nuove opportunità, tra cui internet».

Il risultato conferma che da quando sono state approvate le liberalizzazioni, sempre più avvocati investono in pubblicità e in società multidisciplinari con l'intreccio tra competenze profes-

sionali e attività imprenditoriali e la creazione di relazioni privilegiate con la clientela che durano nel tempo e conducono a una sorta di fidelizzazione. Il motore degli investimenti pubblicitari e delle società multidisciplinari sono i servizi diversificati che sempre più clienti richiedono agli avvocati. Più di un terzo dei legali del Nord Ovest (39,5%) dispone di uno studio ben organizzato, anche in forme associate di studio professionale con articolazioni complesse idonee alla competizione sui mercati terziari delle professioni e delle imprese.

La qualità professionale viene misurata sulla base della fidelizzazione dei clienti (63,6%) e della formazione continua (76,1%). Il 42% degli avvocati dichiara che nel proprio lavoro l'intreccio fra competenze professionali e attività imprenditoriali è già molto evidente. In sostanza, per gli avvocati vale l'equivalenza «più mercato, più successo», nella consapevolezza di essere in grado di fronteggiare le sfide che le logiche di un confronto competi-

tivo professionale aperto impongono. «Se solo adesso i giovani avvocati cominciano ad usufruire quasi in massa del meccanismo pubblicitario - afferma Lusso - è anche a causa di un codice deontologico forense che su questo tema è davvero, a nostro parere, oscuro e per la cui chiarificazione abbiamo richiesto l'intervento dell'Antitrust con una formale denuncia in merito. La pubblicità rappresenta, insieme ad altri elementi, il progressivo passaggio da un mestiere artigianale, fatto di professionisti singoli, di botteghe, a forme associate, societarie e multiprofessionali, più vicine al sistema delle imprese che a quello degli studi professionali tout court». Il problema quindi, specifica il giovane avvocato dell'Anpa - non è che sempre più nuovi avvocati investano in pubblicità, ma che vi sia ancora chi non lo fa.

Completamente contrari alla pubblicità delle proprie attività professionali gli avvocati dell'Alp (Associazione liberi professionisti): «Una prestazione in-

Negli elenchi

Gli iscritti agli Ordini degli avvocati del Nord-Ovest nel 2007

Piemonte	Novara	420	Chiavari	295
Asti	Pinerolo	161	Imperia	151
Acqui T.me	Saluzzo	144	La Spezia	678
Alba	Torino	4.539	Sanremo	312
Alessandria	Tortona	71	Savona	645
Biella	Verbania	256	Totale	5.108
Casale	Vercelli	237	Valle d'Aosta	
Cuneo	Totale	7.659	Aosta / Totale	141
Ivrea	Liguria		Nord Ovest	12.908
Mondovì	Genova	3.027		

Fonte: Ordini degli avvocati di Piemonte, Liguria e Valle d'Aosta

telle di estrema delicatezza come quella di chi ha il compito di difendere i diritti - spiega l'avvocato Elio Di Rella, responsabile del dipartimento nazionale avvocati dell'Alp con sede a Genova - non può essere mercificata e pubblicizzata come una bibita o un abito e la scelta dell'avvocato dovrebbe avvenire solo in base alla fiducia riposta nel professioni-

sta. Alla pubblicità fanno ricorso alcuni grandi studi, che hanno perso la dimensione professionale per acquisire le caratteristiche dell'impresa, o giovani che cercano di emergere rapidamente grazie ad essa e non come dovrebbe essere per il diffondersi nella collettività di positive informazioni sulla qualità delle loro prestazioni professionali».

Alta formazione. A Torino gli industriali lanciano corsi con programmi più articolati

Skillab insegna la nuova leadership

Filippo Bonsignore
TORINO

Da una formazione breve e mirata a percorsi più lunghi e articolati. È ripartita con questa nuova metodologia l'offerta di Skillab, il polo di eccellenza per la formazione dei manager, nato cinque anni fa dalla fusione dei servizi formativi dell'Unione industriale di Torino e dell'Amma (Aziende meccaniche mecatroniche associate). «Negli ultimi due anni - rileva il direttore generale, Licia Devalle - abbiamo formato oltre mille manager con mo-

duli di breve durata, specifici, molto legati alle esigenze dettate dall'attualità ed alle opportunità che continuamente si manifestano per le aziende sui mercati nazionali e internazionali. Ad esempio, i corsi per i dirigenti diretti in Cina, per i quali abbiamo preparato kit specifici».

Proprio ieri, intanto, è stato avviato il primo percorso ideato secondo la nuova impostazione. È intitolato "Program for executive development" e si compone di dieci giornate di formazione, distribuite nell'arco di un semestre, de-

dicare a manager che ricoprono ruoli di responsabilità in azienda, come direttori generali e direttori di funzione.

Accanto a una prima parte focalizzata sul "general management" - organizzazione aziendale, strategia, business plan, valutazione degli indicatori di performance aziendale - si uniscono due blocchi innovativi, dedicati al "Selfmanagement" e al "People management".

Il primo mira, curando l'aspetto emozionale, a dare ai dirigenti un maggior equilibrio nella gestione del loro modo di essere decisori

in azienda e quindi a renderli capaci di affrontare ma anche le criticità improvvise. Il secondo riguarda invece lo sviluppo della leadership e intende aumentare le capacità di guida dei manager verso i collaboratori.

«La nostra metodologia - precisa Devalle - si basa sul dare spazio alla persona. I protagonisti sono i nostri allievi ed è su di loro che modelliamo i contenuti dei corsi. È proprio la personalizzazione del percorso formativo che costituisce il valore aggiunto della nostra offerta, che la differen-

zia da un normale master in business administration. Per questo cerchiamo di rendere la nostra attività formativa sempre più innovativa, puntando sempre di più sui manager top level. Questo perché un segreto del successo è il trasferimento della conoscenza in azienda a partire dai livelli più alti del management».

Gestione e trasferimento del patrimonio di conoscenza interna e sviluppo delle risorse umane, singole e collettive sono i temi del secondo percorso che prenderà il via a novembre - "Modelli di business e strategie innovative" - che intende fornire ai dirigenti strumenti e approcci strategici per delineare nuovi modelli di sviluppo futuro.

www.skillab.it

BREVI

Dalle categorie

RIFORMA PROFESSIONI

Ultimo appello per la Pdl popolare

Scade oggi il termine per la raccolta di firme per la proposta di legge di iniziativa popolare sulla Riforma dell'ordinamento delle professioni intellettuali. A questo proposito il presidente dell'Ordine degli architetti di Novara e del Vco, Marco Plata, si è rivolto, con una lettera aperta, anche ai non iscritti perché aderiscano all'iniziativa. (Ba.Se.)

PATROCINIO

A Genova il Comune cerca penalisti

Il Consiglio dell'Ordine degli avvocati genovesi, su richiesta del Comune, predisporrà un elenco di penalisti disponibili ad assistere saltuariamente in giudizio l'Ente comunale dietro compenso concordato. Per essere inseriti nella lista bisogna dimostrare di aver patrocinato in almeno dieci giudizi penali e di non avere subito sanzioni disciplinari superiori alla censura. Gli interessati devono comunicarlo alla segreteria dell'Ordine entro il 31 ottobre. (Ba.Se.)

IMPRENDITORIA

Vallée, gli under 40 in Confartigianato

I giovani della Vallée sono attratti dall'impresa artigiana. In Confartigianato, che ha di recente istituito un gruppo giovani, gli under 40 sono 400 su un totale di quasi 1.200 aderenti. «L'impresa giovane è una realtà importante - spiega Laurent Vicquière, presidente del gruppo giovani - L'obiettivo è di abbassare l'età media degli imprenditori che aderiscono al nostro coordinamento». (Ba.Se.)

DIRITTO & LAVORO

Il rebus regionale dell'apprendistato

a cura di **Adapt** e **Fondazione universitaria Marco Biagi**

La riforma Biagi è in vigore da ben quattro anni, ma ancora non risultano pienamente operative alcune misure, peraltro tra le meno controverse della legge, volte a facilitare l'inserimento dei giovani nel mercato del lavoro in base a percorsi di qualità.

È il caso della disciplina dell'apprendistato professionalizzante che ancora non ha acquisito una fisionomia compiuta. La lentezza delle regioni è sicuramente da attribuirsi alla riforma del titolo V della Costituzione - che ha determinato una negativa sovrapposizione tra competenze statali e regionali - e della contrattazione collettiva.

All'iniziale volontà delle regioni di ribadire la propria competenza esclusiva in tema di formazione professionale, ha fatto seguito l'importante chiarimento della Corte Costituzionale, che, con la sentenza n. 50/2005, ha chiarito come la competenza esclusiva delle regioni riguarda soltanto l'istruzione e formazione professionale pubbliche, mentre la disciplina della formazione aziendale è di competenza statale. Il legislatore, quindi, per agevolare l'avvio del contratto ha previsto che, fino all'approvazione delle leggi regionali, la disciplina dell'apprendistato professionalizzante fosse rimessa ai contratti collettivi nazionali di categoria, stipulati dalle associazioni dei datori e dei lavoratori più rappresentative.

Per quanto riguarda la situazione delle regioni, in Valle d'Aosta nel gennaio 2007 si è dato avvio a una sperimentazione mirata, intesa a verificare la capacità formativa formale presente nel sistema delle

imprese e a costituire anche modello per la definitiva messa a punto dell'apprendistato professionalizzante. Non è stato ancora varato alcun intervento legislativo sul tema.

In Piemonte è stata emanata la l.r. n. 2/2006 che contiene la disciplina degli aspetti formativi dei tre nuovi contratti di apprendistato. Per quanto riguarda l'apprendistato professionalizzante la disciplina è assai scarna poiché, dopo le definizioni, si limita a demandare a fonti secondarie le modalità di verifica della capacità formativa delle imprese, d'intesa con le parti sociali.

La Regione Liguria, invece, è stata tra le prime ad avviare sperimentazioni in tema di apprendistato professionalizzante. Già a partire dal novembre 2004, e nel successivo intervento legislativo del 2006, si è limitata a confermarne l'assetto. Non è stata invece ancora emanata una legge regionale contenente specifica disciplina degli aspetti formativi del contratto di apprendistato professionalizzante.

Da questo quadro sintetico emerge che in nessuna regione è stato completato l'iter legislativo e in questo modo si rischia di vanificare le enormi potenzialità del contratto, a danno sia delle imprese, sia dei giovani lavoratori.

Paola de Vita

www.fmb.unimore.it

Le leggi e i provvedimenti regionali in materia e le disposizioni rilevanti della contrattazione collettiva.

Per un quadro generale sullo stato di attuazione della disciplina regionale e collettiva vedi sullo stesso sito il Dossier Adapt, 2007, n. 30 "Il rebus dell'apprendistato professionalizzante".

www.formazione.ilsole24ore.com

IN AULA CON GLI ESPERTI DEL SOLE 24 ORE.

CALENDARIO NOVEMBRE 2007

FINANZA	MARKETING E COMUNICAZIONE	Relazioni istituzionali e comunicazione pubblica
Corsi di aggiornamento	Corsi di aggiornamento	Roma, dal 23 novembre - 8 week end
Bilancio Banche: regole IAS/IFRS e novità contabili e fiscali Milano, 19 e 20 novembre	Gli eventi come strumento di comunicazione Milano, 7 e 8 novembre	Marketing & Communication Management Milano, dal 23 novembre - 11 week end
Cash Management e gestione della tesoreria aziendale Roma, 19 e 20 novembre	Marketing e Comunicazione non convenzionale Milano, 14 e 15 novembre	RISORSE UMANE
Finanziamenti alla formazione: tutte le agevolazioni nazionali e comunitarie per gli investimenti in risorse umane Roma, 19 e 20 novembre	Business Blog Milano, 16 novembre	Corsi di aggiornamento
Master di specializzazione	Benessere: strategie di marketing e comunicazione Milano, 28 e 29 novembre	Politiche retributive e strumenti innovativi di incentivazione del personale Milano, 21 e 22 novembre
Amministrazione, Finanza e Controllo di Gestione Milano, dal 16 novembre - 20 week end	Master di specializzazione	L'offerta formativa con i programmi dettagliati è consultabile sul sito www.formazione.ilsole24ore.com
	Account Manager Milano, dal 6 novembre 31 giornate non consecutive	

Servizio clienti
Tel. 02 4587.020 Fax 02 4587.025
info@formazione.ilsole24ore.com
Ufficio Abbonamenti Tel. 02 3022.5680

Il Sole 24 ORE
Milano - via Monte Rosa, 91
www.formazione.ilsole24ore.com

Organizzazione con sistema di qualità certificato ISO 9001:2000

LA MAISON
CENTRO DEL RUSTICO
LA CASA CHE SOGNAVI

Dal 1969 progettiamo e produciamo su misura arredamenti di qualità.

SIAMO APERTI ANCHE LA DOMENICA

Chiamando il numero 0175.86.027 potrete richiedere la visita del nostro Architetto

MANTA DI SALUZZO • CN
TEL. 0175.860.27 • FAX. 0175.884.37
info@la-maison.com • www.la-maison.com

NON LASCIATELE INCOMPLETE

Opere da collezione esclusive come quelle del Sole 24 Ore racchiudono un prestigio e un valore destinato ad aumentare nel tempo. Per recuperare le copie che ti mancano rivolgiti al tuo edicolante, in pochi giorni potrai completare la tua collezione.

IL TUO QUOTIDIANO. LE TUE OPERE DA COLLEZIONE.

Gli arretrati dei prodotti che sono stati oggetto di promozioni commerciali (prima uscite gratuite o in offerta speciale) saranno vendute a prezzo pieno. Il servizio ha la durata di 1 anno a partire dalla fine della collezione. Fino ad esaurimento scorte.