LCPUBLISHINGGROUP
MAG
171 · 08.11.2021

Food finance
LA PROPOSTA HEALTHY
DI MACHA TROVA
IL SUPPORTO DI ILLIMITY

A cena con diritto
QUANDO LA RECENSIONE
È INDIGESTA

Food business
LIBRANDI, LA CALABRIA
E LA VOCAZIONE SOSTENIBILE

Calici e pandette
OUDEIS, ROSATO DA FAVOLA

Le tavole della legge
EL TACOMAKI: IN BILICO
TRA GIAPPONE E MESSICO

Speciale Vincitori
LEGALCOMMUNITY
REAL ESTATE 2021

LEGALCOMMUNITY
MARKETING 2021

Nella patria dello slow food c'è chi da cent'anni difende uno stile di vita genuino e biologico. Parla la marketing & sales manager, Simona Fiorentini. «I nuovi prodotti partono sia dalla domanda di mercato che dalle nostre intuizioni»

FIORENTINI: QUATTRO GENERAZIONI TRA INNOVAZIONE E SALUTE

CALENDARIO EVENTI 2021

Per informazioni: martina.greconaccarato@lcpublishinggroup.it • 02 36727659

LEGALCOMMUNITY AWARDS

Sono gli awards che si riferiscono alla testata Legalcommunity ovvero che premiano i migliori avvocati di studi per settore industriale o per area di diritto.

Legalcommunity Awards Switzerland — NEW DATE Zurigo, 10/02/2022

INHOUSECOMMUNITY AWARDS

Si pongono l'obiettivo di far emergere le eccellenze delle direzioni affari legali, del personale, dei CFO, e delle direzioni affari fiscali.

Legalcommunity Awards Switzerland — NEW DATE Zurigo, 10/02/2022

FOODCOMMUNITY AWARDS

Sono gli awards che si riferiscono alla testata Foodcommunity. Save the Brand celebra i brand italiani del settore food mentre i Foodcommunity Awards premiano gli chef e i format del settore food & beverage.

Foodcommunity Awards — Milano, 29/11/2021

FINANCECOMMUNITYWEEK

LCPUBLISHINGGROUP

L' evento annuale globale per la finance community.

Financecommunity Week — Milano, 15-19/11/2021

FINANCECOMMUNITY AWARDS

Sono gli awards che si riferiscono alla testata Financecommunity ovvero che premiano i migliori bankers, advisors, investitori, banche, professionisti del private equity e Sgr cioè i professionisti del mondo finance in Italia.

Financecommunity Awards — Milano, 18/11/2021

LC

Sono gli eventi trasversali del Gruppo ovvero che si rivolgono a tutte le nostre *communities:* legal, inhouse, finance e food.

Sustainability Day — Milano, 11/11/2021

Sustainability Awards — Milano, 11/11/2021

Iberian Lawyer

Questi eventi si riferiscono alla testata Iberian Lawyer e premiano i migliori avvocati e professionisti del settore legal in Spagna e Portogallo.

Labour Awards - Portugal — Lisbona, 02/12/2021

AVVOCATI, SOSTENIBILITÀ È CONCORRENZA E COMUNICAZIONE

di nicola di molfetta

Sono passati quattro anni. E forse, nelle prossime settimane, avremo una seconda legge sulla concorrenza dopo la prima approvata nell'estate del 2017.
A beneficio di chi non lo ricordi, rammentiamo che lo Stato sarebbe tenuto ad approvare ogni anno una norma sul mercato. Un impegno legato al fatto che l'economia è un organismo vivente, dinamico e che la necessità di correttivi che le consentano di svilupparsi ed evolvere nel modo più virtuoso è qualcosa di costante e che, quindi, non può essere affrontata in modo episodico.

Ma l'Italia non è un Paese che ama l'argomento. L'obbligo di legiferare sul tema è stato introdotto nel 2009. Nel 2017, come ricordato, è stata portata a casa la prima legge in materia. Il "traguardo" fu tagliato a

CALENDARIO EVENTI 2022

Per informazioni: martina.greconaccarato@lcpublishinggroup.it • 02 36727659

LEGALCOMMUNITY AWARDS

Sono gli awards che si riferiscono alla testata Legalcommunity ovvero che premiano i migliori avvocati di studi per settore industriale o per area di diritto.

LC Energy Awards	Milano, 27/01/2022
Legalcommunity Awards Switzerland	NEW DATE Zurigo, 10/02/2022
LC Finance Awards	Milano, 3/03/2022
LC Forty under 40 Awards – Italy	Milano, 24/03/2022
LC Tax Awards	Milano, 21/04/2022
LC IP & TMT Awards	Milano, 19/05/2022
LC Corporate Awards	Milano, 16/06/2022
LC Italian Awards	Milano, 14/07/2022
LC Labour Awards	Milano, 12/09/2022
LC Litigation Awards	Milano, 22/09/2022
LC Real Estate Awards	Milano, 20/10/2022
LC Marketing Awards	Milano, 27/10/2022

LEGALCOMMUNITYWEEK

LCPUBLISHINGGROUP

La settimana internazionale di eventi per la legal business community a Milano.

Legalcommunity Week	Milano, 13-17/06/2022

INHOUSECOMMUNITYDAY

LCPUBLISHINGGROUP

L'Inhousecommunity Day è un evento di una giornata dedicato alla figura del giurista d'impresa.

Inhousecommunity Day	Milano, 29-30/09/2022

INHOUSECOMMUNITY AWARDS

Si pongono l'obiettivo di far emergere le eccellenze delle direzioni affari legali, del personale, dei CFO, e delle direzioni affari fiscali.

Inhousecommunity Awards Italia	Milano, 13/10/2022
Legalcommunity Awards Switzerland	NEW DATE Zurigo, 10/02/2022

FOODCOMMUNITY AWARDS

Sono gli awards che si riferiscono alla testata Foodcommunity. Save the Brand celebra i brand italiani del settore food mentre i Foodcommunity Awards premiano gli chef e i format del settore food & beverage.

Foodcommunity Awards	Milano, 28/11/2022

FINANCECOMMUNITYWEEK

LCPUBLISHINGGROUP

L' evento annuale globale per la finance community.

Financecommunity Week	Milano, 14-18/11/2022

FINANCECOMMUNITY AWARDS

Sono gli awards che si riferiscono alla testata Financecommunity ovvero che premiano i migliori bankers, advisors, investitori, banche, professionisti del private equity e Sgr cioè i professionisti del mondo finance in Italia.

Financecommunity Awards	Milano, 17/11/2022

LC

Sono gli eventi trasversali del Gruppo ovvero che si rivolgono a tutte le nostre *communities:* legal, inhouse, finance e food.

Corporate Music Contest	Milano, 15/06/2022
Save the Brand	Milano, 4/07/2022
Sustainability Awards	Milano, 10/11/2022

ferragosto e dopo quasi due anni dalla ultima revisione del testo in consiglio dei ministri. Questa volta potremmo esserci. Il premier Mario Draghi sembra determinato a portare a casa anche questo risultato (il testo del disegno di legge delega è stato approvato il 4 novembre in consiglio dei ministri). Se così sarà, saranno comunque quattro gli anni di ritardo con cui il legistatore avrà provveduto al compito.

«Viene ripristinata la regola dell'annualità delle leggi», ha sottolineato non a caso il professor Marco D'Alberti, consigliere giuridico di Draghi, ex consigliere superiore della Banca d'Italia e ordinario di diritto amministrativo alla Sapienza di Roma. Speriamo sia davvero così. Anche perché di ulteriori capitoli da scrivere, in tema di concorrenza, ce n'è in abbondanza.

Ovviamente il pensiero vola alle professioni giuridiche. Il testo "in itinere" si sarebbe dovuto occupare di notai, introducendo finalmente la possibilità di esercitare le funzioni su tutto il territorio nazionale. La norma è stata stralciata. C'è chi lo chiama il metodo Draghi: inutile bloccare una legge solo per un particolare sui cui non si riesce a creare l'indispensabile consenso. Meglio procedere un passo alla volta facendo il massimo che sia possibile e rimandando i bocconi più indigesti alla prossima riforma, quando il sentiment della politica sarà auspicabilmente più pronto. Vedremo.

Ma il settore ha ancora bisogno di rinnovamento. Le novità introdotte nel 2017 non hanno risolto la questione. E qui penso chiaramente agli avvocati. C'è bisogno che il rinnovamento introdotto dalla "nuova" legge professionale, quella del 2012, sia pienamente espresso e attuato. Nel 2017 si intervenne sulla professione legale proprio per questo motivo. E il legislatore introdusse la possibilità di esercitare la professione forense in forma di società di capitali oltre a chiarire definitivamente che il preventivo degli avvocati a benefico dei clienti era un obbligo e non una concessione che i più magnanimi potevano elargire a chi gliene faceva richiesta.

Sempre D'Alberti ha ricordato che la legge sulla concorrenza è un provvedimento che «mira ad aprire i mercati per favorire la crescita e l'occupazione e al tempo stesso tutela i valori sociali e di uguaglianza». Potremmo dire che si tratta di una norma che punta a rendere il mercato sostenibile bilanciando gli interessi di parte con quelli di sistema. Il che è probabilmente ciò che non piace a molti dei suoi frenatori.

LA LEGGE ANNUALE SULLA CONCORRENZA PUNTA A RENDERE IL MERCATO SOSTENIBILE BILANCIANDO GLI INTERESSI DI PARTE CON QUELLI DI SISTEMA. IL CHE È PROBABILMENTE CIÒ CHE NON PIACE AI SUOI FRENATORI

NEGLI ULTIMI ANNI ABBIAMO RACCONTATO LE PRIME INIZIATIVE DI REPORTISTICA INTEGRATA REALIZZATE DA STUDI CHE HANNO DECISO DI RENDERE TRASPARENTE E CONTROLLABILE LA PROPRIA ATTIVITÀ. PER DOVERE ETICO

In ambito legale ci sono ancora molte questioni da chiarire sul fronte dell'esercizio della professione in forma aggregata. Così come ci sono dei punti nodali da sdoganare sul versante della comunicazione professionale. L'articolo 10 della legge 247 che, sulla carta, dovrebbe aver smarcato la questione statuendo che "è consentita all'avvocato la pubblicità informativa sulla propria attività professionale, sull'organizzazione e struttura dello studio e sulle eventuali specializzazioni e titoli scientifici e professionali posseduti". Tuttavia i paletti previsti dalla stessa legge e dal codice deontologico ("la pubblicità e tutte le informazioni diffuse ..., debbono essere trasparenti, veritiere, corrette e non devono essere comparative con altri professionisti, equivoche, ingannevoli, denigratorie o suggestive") offrono una gamma infinita di sfumature all'interpretazione del concetto principale (gli avvocati possono comunicare!) da offrire il destro a qualunque iniziativa di retroguardia e chiusura che alcuni esponenti della categoria sentano il bisogno di attuare in nome di un non meglio delineato senso del decoro.

Il problema è che oggi la comunicazione è parte integrante delle dinamiche di mercato che governano anche le professioni legali. E i valori della trasparenza e della informazione non sono posti a tutela degli interessi di casta, ma vanno garantiti ed esercitati a beneficio dei cittadini e di chiunque si trovi nella condizione di dover ricorrere ai servigi degli avvocati per risolvere problemi o gestire affari. La deontologia non deve essere usata come paravento per tutelare interessi di parte. Non è questo il suo fine. E grazie al cielo molti avvocati ne sono più che consapevoli.

Negli ultimi anni abbiamo cominciato a raccontare delle prime iniziative di reportistica integrata realizzate da studi legali associati che hanno deciso di rendere trasparente e controllabile la propria attività anche a beneficio dei clienti. Per dovere etico.
Sarebbe bello che l'evoluzione della norma sulle "Informazioni sull'esercizio della professione" incentivasse (ho resistito alla tentazione di scrivere obbligasse) tutti gli avvocati a questo esercizio di trasparenza e comunicazione virtuosa e alla sua diffusione su ogni mezzo di comunicazione disponibile.

Ma qui ci avviciniamo troppo al libro dei sogni. Tornando alla realtà, nell'immediato futuro, sarebbe già un grande risultato eliminare le ambiguità che oggi frenano il diritto alla comunicazione professionale. Nel nome della concorrenza. In nome della sostenibilità.

SUSTAINABILITY SUMMIT

LCPUBLISHINGGROUP

11 NOVEMBRE 2021

FOUR SEASONS HOTEL
VIA GESÙ 6/8, MILANO
9:00-17:00

Partners BAT green arrow CAPITAL The Alternatives Platform HSBC orrick PurPle THE SCIENCE OF WHY

Media Partners LEGALCOMMUNITY FINANCECOMMUNITY INHOUSECOMMUNITY FOODCOMMUNITY

Per info: letizia.ceriani@lcpublishinggroup.it

SUSTAINABILITY SUMMIT
LCPUBLISHINGGROUP

11 NOVEMBRE 2021
FOUR SEASONS HOTEL
VIA GESÙ 6/8
MILANO

08.45 - 13.00

Sessione I: "SOSTENIBILITÀ, ENERGY & FINANCE"

08.45 Registrazioni e Welcome Coffee

09.00 Messaggi di apertura
Aldo Scaringella, Founder e Managing Director *LC Publishing Group*

09.10 Keynote Speech: *"PNRR. Oil & Gas majors verso la transizione energetica"*
Eugenio de Blasio, Founder and CEO *Green Arrow Capital*

09.30 Tavola Rotonda *"Il processo di transizione verso un'energia sostenibile: il ruolo delle utilities, major petrolifere e fondi infrastrutturali nella realizzazione delle infrastrutture energetiche"*

SPEAKERS
PierPaolo Carini, CEO *Gruppo Egea*
Andrea Colombo, CEO *Bonatti*
Eugenio de Blasio, CEO *Green Arrow Capital*
Pier Lorenzo Dell'Orco, AD *Italgas Reti*
Roberto Scognamiglio, CEO di *Alleans Renewables* e Head of Renewables presso *APartners Capital*

MODERA
Carlo Montella, Global Deputy Business Unit Leader Energy & Infrastructure *Orrick*

11.00 Coffee Break

11.15 Tavola Rotonda *"Il ruolo delle banche. Angoli di business"*

SPEAKERS
Alessandro Accrocca, Partner *Orrick*
Valerio Capizzi, Managing Director, Head of Energy EMEA *ING Bank*
Alessandro Di Michele, Managing Partner and CFO *Green Arrow Capital*
Marco Dimauro, CFO *Gesa Group*
Flavio Fabbrizi, Managing Director, Head of Debt Capital Market, Italy&Switzerland *HSBC*

MODERA
Eleonora Fraschini, Redattrice *Financecommunity.it*

12.30 Q&As

12.45 Conclusioni

13.00 Light Lunch

Partners BAT green arrow CAPITAL The Alternatives Platform HSBC orrick PurPle THE SCIENCE OF WHY

Media Partners LEGALCOMMUNITY FINANCECOMMUNITY INHOUSECOMMUNITY FOODCOMMUNITY

Per info: **letizia.ceriani@lcpublishinggroup.it**

14.15 - 16.30

Sessione II: "LA SFIDA DELLA SOSTENIBILITA' NELLA DIREZIONE AFFARI LEGALI"

14.15 Registrazioni

14.30 Messaggi di apertura

14.35 Tavola Rotonda *"Sostenibilità in azienda: il ruolo dell'In-house"*

SPEAKERS

Sara Citterio, Group General Counsel *Trussardi*
Serena Contu, Head of Data Protection *Eni gas e luce S.p.A. Società Benefit*
Andrea Di Paolo, Head of Legal, Compliance and Regulatory Affairs South Europe Area *British American Tobacco*
Paolo Fietta, Direttore Generale Corporate & Group CFO *Gruppo Il Sole 24 Ore*
Guido Testa, Office Leader Italia *Orrick*

MODERA

Ilaria Iaquinta, Caporedattrice *LC Publishing Group*

16.00 Q&As

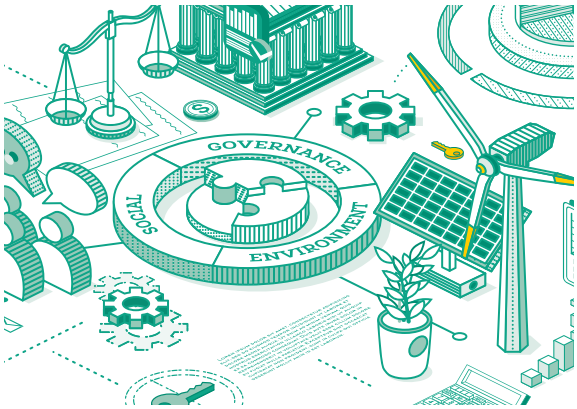
16.15 Closing remarks e ringraziamenti

16.30 Networking coffee

17.00 *Fine lavori*

19.15 **Sustainability Awards** (Serata su invito – per info: francesca.vistarini@lcpublishinggroup.it)

40 STRATEGIE
LINKLATERS, IL BUSINESS AGILE



130 SCENARI
EFFETTO ESG

106 IN HOUSE
LA COMPLIANCE È «IL NAVIGATORE» DEL BUSINESS

182 FOOD BUSINESS
FIORENTINI: QUATTRO GENERAZIONI TRA INNOVAZIONE E SALUTE

30 **Insight**
Ecm, si tornerà a breve ai ritmi pre-Covid

52 **La ricerca**
Cresce l'importanza dei team marketing negli studi legali

58 **I vincitori**
Speciale Marketing Awards 2021

86 **Pionieri**
Un GC tra gli avvocati: ecco perché funziona

90 **Speciale**
L'atlante dei brand legali

116 **Risparmio**
Pir Alternativi: l'opportunità spiegata da Antonello Sanna

148 **La novità**
Il nuovo Mib Esg: competizione virtuosa tra le aziende

154 **I vincitori**
Speciale real estate Awards 2021

SUSTAINABILITY AWARDS

LCPUBLISHINGGROUP

11 NOVEMBRE 2021

FOUR SEASONS HOTEL
VIA GESÙ 6/8, MILANO

19:15	ACCREDITO
19:30	APERITIVO
20:15	PREMIAZIONI
21:00	CENA

I VINCITORI SU in DALLE ORE 20.15

Partners BAT, green arrow CAPITAL The Alternatives Platform, HSBC, orrick, PurPle THE SCIENCE OF WHY

Media Partners LEGALCOMMUNITY, FINANCECOMMUNITY, INHOUSECOMMUNITY, FOODCOMMUNITY

martina.greconaccarato@lcpublishinggroup.it

14 **Agorà**
Sbarca in Italia lo studio BSF

24 **Il barometro del mercato**
IIF conquista il 60% di Falck Renewables

36 **Internazionalizzazione**
Legislab apre a Parigi

76 **Strategie**
Withers spinge sull'acceleratore

80 **L'intervento**
Bilanci delle società di calcio, ci risiamo?

82 **Litigation funding**
Fideal: il contenzioso ome asset class

104 **Diverso sarà lei**
La parità salariale è legge

115 **Cartoline dalla finanza**
La finanza promette di fare la sua parte per l'ambiente

120 **Nessun limite alla Previdenza**
Missione, valori e visione della Cassa di Previdenza: la Legge del dopo di noi

122 **Venture capital**
Perché è il momento di puntare sulla space economy

170 **Da Iberian Lawyer**
Gli avvocati possono essere felici?

172 **Aaa... cercasi**
La rubrica Legal Recruitment

178 **Food finance**
La proposta healthy di Macha trova il supporto di Illimity

188 **A cena con diritto**
Quando la recensione è indigesta

190 **Food business**
Librandi, la Calabri e la vocazione sostenibile

194 **Calici e pandette**
Oudeis, rosato da favola

196 **Le tavole della legge**
El Tacomaki: in bilico tra Giappone e Messico

N.171 | 08.11.2021

Registrazione Tribunale di Milano
n. 323 del 22 novembre 2017

Direttore Responsabile
nicola.dimolfetta@lcpublishinggroup.it
Caporedattrice
ilaria.iaquinta@lcpublishinggroup.it
con la collaborazione di
francesco.bonaduce@lcpublishinggroup.it
eleonora.fraschini@lcpublishinggroup.it
suzan.taha@lcpublishinggroup.it
giuseppe.salemme@lcpublishinggroup.it

Art Direction
hicham@lcpublishinggroup.it • kreita.com
Graphic Designer
emanuele.sirtori@lcpublishinggroup.it
Video Production
francesco.inchingolo@lcpublishinggroup.it

Group Market Research Director
vincenzo.rozzo@lcpublishinggroup.it
Market Research Executive
juicy.onugha@lcpublishinggroup.it

Managing Director
aldo.scaringella@lcpublishinggroup.it

Group Chief Operating Officer
emanuele.borganti@lcpublishinggroup.it

Group Chief Financial Officer
valentina.pozzi@lcpublishinggroup.it

General Manager
stefania.bonfanti@lcpublishinggroup.it
Events Manager
martina.greconaccarato@lcpublishinggroup.it
Events Assistant
francesca.vistarini@lcpublishinggroup.it
martina.gavioli@lcpublishinggroup.it

Group Communication, Marketing & BD Director
helene.thiery@lcpublishinggroup.it
Communication & Social Media Executive
anna.palazzo@lcpublishinggroup.it
letizia.ceriani@lcpublishinggroup.it

Country Manager Brazil & Portugal
carlos.montagnini@lcpublishinggroup.it
Sales & Marketing Executive
chiara.seghi@lcpublishinggroup.it

Hanno collaborato
letizia ceriani, gian marco committeri, bárbara de eliseu, alessandro klun, claudia la via, michele pirotta, camilla rocca e uomo senza loden

Amministrazione
lucia.gnesi@lcpublishinggroup.it
Accounting Department
marco.pedrazzini@lcpublishinggroup.it

Per informazioni
info@lcpublishinggroup.it

Editore
LC S.r.l.
Sede operativa:
Via Savona, 100 - 20144 Milano

Sede legale:
Via Tolstoi, 10 - 20146 Milano

Tel. 02.36.72.76.59
www.lcpublishinggroup.it

LCPUBLISHINGGROUP

LEGALCOMMUNITY

AWARDS

SAVE THE DATE

27.01.2022

9th Edition

energy

MILAN

#LcEnergyAwards

Per info: francesca.vistarini@lcpublishinggroup.it

L'ANTICIPAZIONE

Sbarca in Italia lo studio BSF

Sul precedente numero di MAG l'editoriale era dedicato al possibile sbarco in Italia di una nuova insegna legale battente bandiera americana. In queste ore qualcosa in più è emerso almeno su uno degli arrivi in corso nella Penisola. Si tratta dello studio Bsf, sigla che sta per Boies Schiller Flexner. Tra i suoi fondatori, c'è uno degli avvocati più iconici degli Stati Uniti: **David Boies**. Selezionato come una delle 100 persone più influenti del mondo dalla rivista Time nel 2010. È stato nominato Global International Litigator of the Year da Who's Who Legal per ben sette volte. Si tratta di un fuoriclasse del contenzioso e lo studio riflette questa immagine essendo considerato tra le più forti litigation firm negli Usa.
Nel lungo cursus honorum di Boies ricordiamo l'incarico di consigliere capo e direttore dello staff della sottocommissione antitrust del Senato degli Stati Uniti nel 1978 e consigliere capo e direttore dello staff della commissione giudiziaria nel 1979.
Nel 1991-1993 è stato consulente della Federal Deposit Insurance Corporation, recuperando 1,2 miliardi di dollari da società che avevano venduto obbligazioni spazzatura.
Nel 1998-2000 è stato consulente speciale per il Dipartimento di Giustizia degli Stati Uniti nella causa antitrust contro Microsoft. Ed è stato anche l'avvocato principale dell'ex vicepresidente Usa, Al Gore, in relazione alla controversia relativa al conteggio dei voti nelle elezioni del 2000 in Florida. Come co-consulente principale dei querelanti in Perry contro Brown, ha ottenuto la prima sentenza che stabilisce il diritto al matrimonio per i cittadini gay e lesbiche secondo la Costituzione degli Stati Uniti.
Quella di Milano sarà la prima sede dello studio nell'Europa continentale. La law firm ha una presenza a Londra, ma il grosso delle sue attività sono concentrate al di là dell'Atlantico, dove conta dieci uffici da New York a Washington D.C.
Quanto alle practice area che la sede italiana potrebbe coprire è facile immaginare che l'organizzazione punterà sulla propria reputazione di litigation firm. Altre aree di attività potrebbero essere rappresentate dai settori private clients, tax, antitrust, oltre che più in generale dal corporate finance. Secondo Law.com, nell'ultimo anno, lo studio ha messo a segno un fatturato di circa 250 milioni di dollari con profitti per equity partner pari a circa 2,29 milioni di dollari.

LEGALCOMMUNITYWEEK

LCPUBLISHINGGROUP

NEXT EDITION

13 - 17 JUNE 2022

Milan, Italy

THE GLOBAL EVENT FOR THE LEGAL BUSINESS COMMUNITY

For info: **helene.thiery@lcpublishinggroup.it** - www.legalcommunityweek.com

CAMBIO DI POLTRONE

Sacco Ginevri passa a Legance. Cresce ancora il corporate m&a e si rafforza Roma

Come *legalcommunity.it* è stata in grado di anticipare, l'assemblea degli associati di Legance ha deliberato all'unanimità l'ingresso nell'associazione dell'avvocato **Andrea Sacco Ginevri**.
Un curriculum di peso: professore ordinario di diritto dell'economia, LL.M. e New York bar. Ex Chiomenti, l'avvocato si occupa di operazioni di m&a e corporate finance. Nel corso della sua carriera ha maturato esperienza prestando assistenza a investitori in rilevanti operazioni aventi a oggetto società quotate, vigilate e private.
Con Andrea Sacco Ginevri entra anche il suo team composto dagli avvocati **Fabiana Giordano**, **Edoardo Manni** e **Lorenzo Locci**, tutti esperti di m&a e corporate finance.

IN HOUSE

AB InBev: Nicolò Amore entra come legal counsel

AB InBev, il produttore di birra con un portfolio diversificato di oltre 500 brand, tra cui Corona, Stella Artois, Beck's e Leffe, amplia il proprio team legale italiano.
Dopo l'ingresso di **Gloria Lattanzi** (qui la news), anche **Nicolò Amore** si unisce alla squadra guidata da **Serena Pasquetto**, head of legal & corporate affairs Italia, con il ruolo di legal counsel.
Nicolò Amore, con precedenti esperienze in studi legali (tra cui lo studio Balzi) e in house (in Marelli), lavorerà fianco a fianco con il team commerciale italiano e si occuperà di compliance aziendale.

LCPUBLISHINGGROUP

LEGALCOMMUNITY

AWARDS

SAVE THE DATE

03.03.2022

9th EDITION

FINANCE AWARDS

MILAN

#LcFinanceAwards

Per informazioni: martina.gavioli@lcpublishinggroup.it

NOMINE

Fabrizio Testa è il nuovo ad di Borsa Italiana

Il consiglio di amministrazione di Borsa Italiana e il consiglio di sorveglianza di Euronext N.V. hanno nominato **Fabrizio Testa**, attuale ceo di Mts, amministratore delegato di Borsa Italiana, head of fixed income trading del Gruppo e membro del managing board di Euronext N.V.
La nomina è soggetta all'approvazione regolamentare e degli azionisti.
Raffaele Jerusalmi lascerà la carica di amministratore delegato di Borsa Italiana a partire dal 28 novembre 2021, data a partire dalla quale il nuovo ad assumerà le cariche.
Fabrizio Testa si focalizzerà sullo sviluppo di Borsa Italiana in Italia, sull'integrazione di Borsa Italiana all'interno del progetto europeo di Euronext e sulla crescita di Euronext nell'ambito del trading obbligazionario e contribuirà attivamente alla strategia del Gruppo Euronext. Testa si dimetterà dalla carica di amministratore delegato di Mts nel corso del primo trimestre 2022 e al suo posto il cda di Mts ha nominato **Angelo Proni**, che entrerà in carica dopo l'approvazione dei risultati finanziari 2021 nel primo trimestre 2022.

FOOD & BEVERAGE

Coca-Cola: Andrea D'Agostino nominato legal counsel Europe

Andrea D'Agostino è stato nominato legal counsel Europe di Coca Cola.
Il professionista, entrato nel gruppo a settembre scorso (qui la news) diventa parte, a seguito della riorganizzazione della struttura legal in Europa, della legal line Europa a supporto dei progetti internazionali di Coca-Cola Services. Il professionista continua a mantenere la responsabilità della direzione affari legali e societari per Italia e Albania e la relativa espansione del dipartimento.
Per quest'ultimo ruolo Andrea D'Agostino continua a riportare al Country manager per l'Italia e Albania e a seguire l'intera gestione degli affari legali e societari della società con particolare attenzione al diritto del lavoro, al diritto commerciale, al diritto societario, alla proprietà intellettuale, alla contrattualistica e alla compliance. È inoltre suo compito gestire i rapporti con tutti i consulenti esterni.

SEGUI I NOSTRI PODCAST

I COMMENTI
SULLE PRINCIPALI TEMATICHE
LEGATE ALLA GESTIONE DEGLI STUDI LEGALI

UNA RACCOLTA
DI TUTTE LE INTERVISTE
E I COMMENTI DEI PROFESSIONISTI
DELLA FINANZA

STORIE
DEI PROTAGONISTI
DELLA COMMUNITY
DEL FOOD & BEVERAGE

LA RASSEGNA AUDIO
DELLE MAGGIORI NOTIZIE
PUBBLICATE
SUI SITI DEL GRUPPO

LE INTERVISTE
SULL'ATTUALITÀ
DEL MERCATO
DEI SERVIZI LEGALI

I TREND DELLE OPERAZIONI
STRAORDINARIE,
CON BANKERS
E AVVOCATI D'AFFARI

I DIALOGHI
CON I PROTAGONISTI
DELLA BUSINESS COMMUNITY,
TRA MERCATO E PASSIONI

IL PRIMO PODCAST ITALIANO
DEDICATO
AL LEGAL DESIGN
E AI SUOI PROTAGONISTI

CAMBIO DI POLTRONE

Buratti entra come socio in Cappelli Rccd

Gabriele Buratti entra come nuovo socio in Cappelli Rccd. Specializzato nell'assistenza su tematiche di vigilanza, governance e organizzazione a gestori collettivi del risparmio, banche, compagnie di assicurazione, imprese di investimento, istituti di moneta elettronica e di pagamento e altri enti, Buratti ha anche esperienza nella definizione degli assetti dei gruppi di settore e dei conglomerati finanziari, nonché sui profili di conformità operativa e prudenziali.
Ex Chiomenti, dov'era managing counsel, il professionista fornisce consulenza legale in favore di soggetti vigilati in relazione allo sviluppo di nuovi modelli e iniziative di business, incluse le piattaforme di gestione collettiva, e nel contesto di operazioni di natura straordinaria. Ha esperienza nella strutturazione di reti e modelli distributivi in campo bancario e assicurativo e nell'assistenza agli enti di settore nei procedimenti di vigilanza e sanzionatori. Si occupa di normativa antiriciclaggio.

ASSOCIAZIONI

Aifi: nominate le otto commissioni dell'associazione

Il consiglio direttivo Aifi si è riunito in presenza, per la prima volta dal lockdown, per nominare le nuove commissioni e discutere le priorità su cui avviare l'attività associativa. Queste sono: commissione corporate venture capital, presieduta da **Giacomo Sella**; commissione m&a, presieduta da **Eugenio Morpurgo**; commissione private debt, attualmente presieduta da **Andrea Tomaschù**, il vice presidente, **Paolo Pendenza** si alternerà alla presidenza; commissione private equity big buy out e operatori paneuropei, presieduta da **Fabio Canè**, vice presidenti: **Eugenio Preve** e **Marco Anatriello**; commissione private equity mid market, presieduta da **Stefano Ghetti**, vice presidenti: **Giovanna Dossena** e **Gianandrea Perco**, che si alterneranno alla presidenza; commissione tax & legal, presieduta da **Innocenzo Cipolletta** (nella foto); commissione turnaround, presieduta da **Paola Tondelli**; commissione venture capital, presieduta da **Amedeo Giurazza**, vice presidenti: **Stefano Peroncini** ed **Enrico Resmini**, che si alterneranno alla presidenza.

SIAMO SU TELEGRAM

LCPUBLISHINGGROUP

LEGALCOMMUNITY

@LEGALCOMMUNITY_IT

LCPUBLISHINGGROUP

FINANCECOMMUNITY

@FINANCECOMMUNITY_IT

LCPUBLISHINGGROUP

INHOUSECOMMUNITY

@INHOUSECOMMUNITY _IT

LCPUBLISHINGGROUP

FOODCOMMUNITY

@FOODCOMMUNITY _IT

LCPUBLISHINGGROUP

LEGALCOMMUNITY**CH**

@LEGALCOMMUNITYCH _CH

È DISPONIBILE

UN NUOVO CANALE

PER OGNI TESTATA

ISCRIVITI

PER RICEVERE LE NOTIZIE E RIMANERE

SEMPRE AGGIORNATO!

CAPITALE

Belvedere Inzaghi apre a Roma con Alfonso Celotto

Belvedere Inzaghi & Partners – Bip ha annunciato l'apertura degli uffici di Roma e l'ingresso di **Alfonso Celotto** in qualità di of counsel. La nuova sede dello studio è sita in via Emilio de' Cavalieri 11. Alfonso Celotto, dal 2001 professore ordinario di diritto costituzionale nella facoltà di Giurisprudenza dell'Università "Roma Tre" dal 2001, è avvocato cassazionista dal 2004 con esperienza pluriennale nel patrocinio dinanzi alle magistrature amministrativa, civile e costituzionale, nonché nella redazione di pareri su profili di diritto costituzionale, amministrativo ed europeo. Ha maturato una consolidata esperienza anche nei rapporti istituzionali con le pubbliche amministrazioni e gli enti locali ed è autore di numerosi saggi, articoli e note a sentenza. È inoltre visiting professor della U.B.A. – Universidad de Buenos Aires, dell'Università di Varsavia, dell'Università Mc Gill di Montreal e della N.S.W – New South Wales di Sydney.

LAVORO

Dwf, cresce la practice labour: arriva Alberto Parisi per i contratti di agenzia

Il dipartimento labour di Dwf, guidato dall'head of employment **Giorgio Manca**, cresce ulteriormente con l'ingresso di **Alberto Parisi**, in qualità di senior associate. Parisi proviene da una lunga esperienza (12 anni) in Squassi Montefusco, boutique nota per l'expertise in materia di contratti di agenzia commerciale. Lo segue in Dwf un team formato dalla counsel **Paola Mariani**, forte di un'esperienza di 13 anni in Clifford Chance, ed **Edoardo Pozzolini**.

Il successo delle polizze W&I nel mercato M&A.
Una nuova modalità di risk transfer

Negli ultimi anni il numero delle operazioni di M&A assicurate da una polizza W&I (*warranty and indemnity*) è aumentato significativamente. Le ragioni di tale successo sono molteplici e sono sicuramente riconducibili ai numerosi vantaggi che le polizze W&I offrono nel contesto delle negoziazioni dei deal. Ne parliamo oggi con Beatrice Magotti, ex avvocato M&A che in Italia ha sviluppato, in AIG Europe, la linea del prodotto assicurativo W&I e che, da qualche anno, protegge le più importanti operazioni del mercato italiano dai relativi rischi.

Prima di spiegarci le ragioni del successo, ci racconti in breve cosa sono le polizze W&I?
Le polizze W&I sono prodotti assicurativi destinati a coprire la correttezza e veridicità delle dichiarazioni e delle garanzie rilasciate dal venditore all'acquirente nel contesto di compravendita di partecipazioni sociali. Coprono rischi non noti, a differenza dei prodotti dedicati alla copertura di contenziosi pendenti o minacciati (*contingency risk*) o alla copertura di rischi fiscali (*tax indemnity*) che coprono rischi noti.
L'assicurato può essere l'acquirente (*buy-side*) o il venditore (*sell-side*). Tale distinzione non produce effetti sul piano della ripartizione dei costi che restano oggetto di negoziazione tra le parti. Statisticamente, la maggior parte dei prodotti emessi sul mercato italiano sono polizze *buy-side*, i cui costi sono sostenuti integralmente dall'acquirente (e in casi meno frequenti divisi equamente con il venditore).
Per entrambe le tipologie, la finalità è quella di trasferire all'assicuratore il rischio che si verifichi una violazione (*breach*) delle dichiarazioni e garanzie che generi perdite (*losses*), subite dall'acquirente, nella società acquisita (*target*).

A cosa è dovuto l'importante successo di questo prodotto assicurativo nel mercato italiano?
Sicuramente il recente boom in Italia delle richieste di coperture W&I dipende dal trend in crescita che il mercato delle operazioni di M&A sta vivendo. Da questo punto di vista, quello delle W&I è un mercato ciclico. Tuttavia, nelle recenti fasi storiche di parziale contrazione del mercato M&A, riconducibile agli effetti dalla pandemia Covid-19 e alla generale incertezza dei mercati, l'andamento si è dimostrato anche anticiclico, registrando un aumento relativo delle richieste.
A questo dato si aggiungono i molteplici vantaggi che la sottoscrizione di una polizza W&I offre e a cui gli operatori stanno progressivamente riconoscendo maggiore valore. Un acquirente può, infatti, ottenere un vantaggio competitivo sugli altri *bidder*, qualora la sua offerta sia corredata da una polizza W&I. Fatte salve altre valutazioni, un venditore sceglierà ragionevolmente l'offerta in cui il rischio dell'operazione sia trasferito al mercato assicurativo.
Le polizze W&I possono inoltre offrire all'acquirente una copertura temporalmente più lunga rispetto al periodo (limiti temporali) delle dichiarazioni e garanzie e quantitativamente più capiente rispetto al cap di indennizzo (limiti quantitativi), negoziati con il venditore.
Per il venditore, la sottoscrizione di una polizza W&I permette una *clean exit*, tema caro ai fondi in liquidazione (la richiesta di *fund wrapper* è infatti in aumento) e previene il ricorso all'immobilizzazione di risorse finanziarie a garanzia del pagamento degli obblighi di indennizzo (*escrow*).

In quale fase del deal è possibile sottoscrivere una polizza W&I?
Il momento migliore è qualche settimana prima del *signing*, quando il contratto di compravendita è ancora in fase di negoziazione e le attività di due *diligence* e di *disclosure* ancora in corso. In questo momento le parti possono massimizzare i vantaggi offerti dal prodotto assicurativo e interloquire con gli assicuratori, integrando eventuali processi di disclosure, in ragione dei quali ottenere una migliore copertura. Tuttavia, tenuto conto che l'efficacia delle nostre polizze è condizionata al verificarsi del closing, spesso accade che i potenziali clienti chiedano di emettere polizze prima del *closing*.
Con gli adattamenti del caso, abbiamo offerto coperture anche a *deal* già chiusi da diversi anni.
Per riassumere, non esiste un momento entro il quale contattarci. Le polizze W&I e i processi di sottoscrizione sono molto flessibili e in grado di adattarsi alle esigenze del *deal* e delle parti.

Cosa distingue AIG dagli altri operatori?
Siamo un *team europeo* di ex avvocati M&A provenienti dai principali studi legali internazionali, in grado di comprendere le dinamiche delle operazioni di M&A e di adattare il prodotto W&I alle esigenze più varie. La presenza di *underwriter* locali garantisce una prospettiva nazionale e una sensibilità importante sulla prassi di mercato, nonché maggior conoscenza delle leggi e convenzioni locali. Grazie alla nostra rete capillare, siamo stati in grado di studiare e assicurare in poche settimane un'acquisizione europea *out-bound* di una società quotata su un mercato extra-europeo, emettendo il prodotto su paper locali. Ma questo è soltanto uno dei tanti esempi di flessibilità e duttilità del prodotto che il nostro global team è in grado di offrire.

La copertura funziona in caso di sinistro?
Certamente. A fronte dell'emissione di circa 800 polizze a livello mondiale, riceviamo numerose richieste di liquidazione di sinistri. Il numero di tali richieste è in aumento e dimostra quanto il prodotto sia utile per proteggere le operazioni di M&A dai relativi rischi. Parleremo di questo nel prossimo articolo.

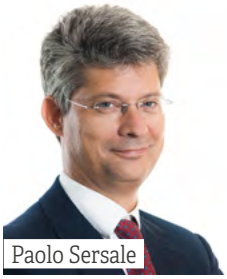
Maria Beatrice Magotti Senior M&A Underwriter at AIG

IIF CONQUISTA IL 60% DI FALCK RENEWABLES

Intanto Intermonte completa la quotazione sull'Euronext Growth mentre Cascade rileva Lift Technologies

IL FONDO IIF ACQUISTA IL CONTROLLO DI FALCK RENEWABLES, GLI ADVISOR IN CAMPO

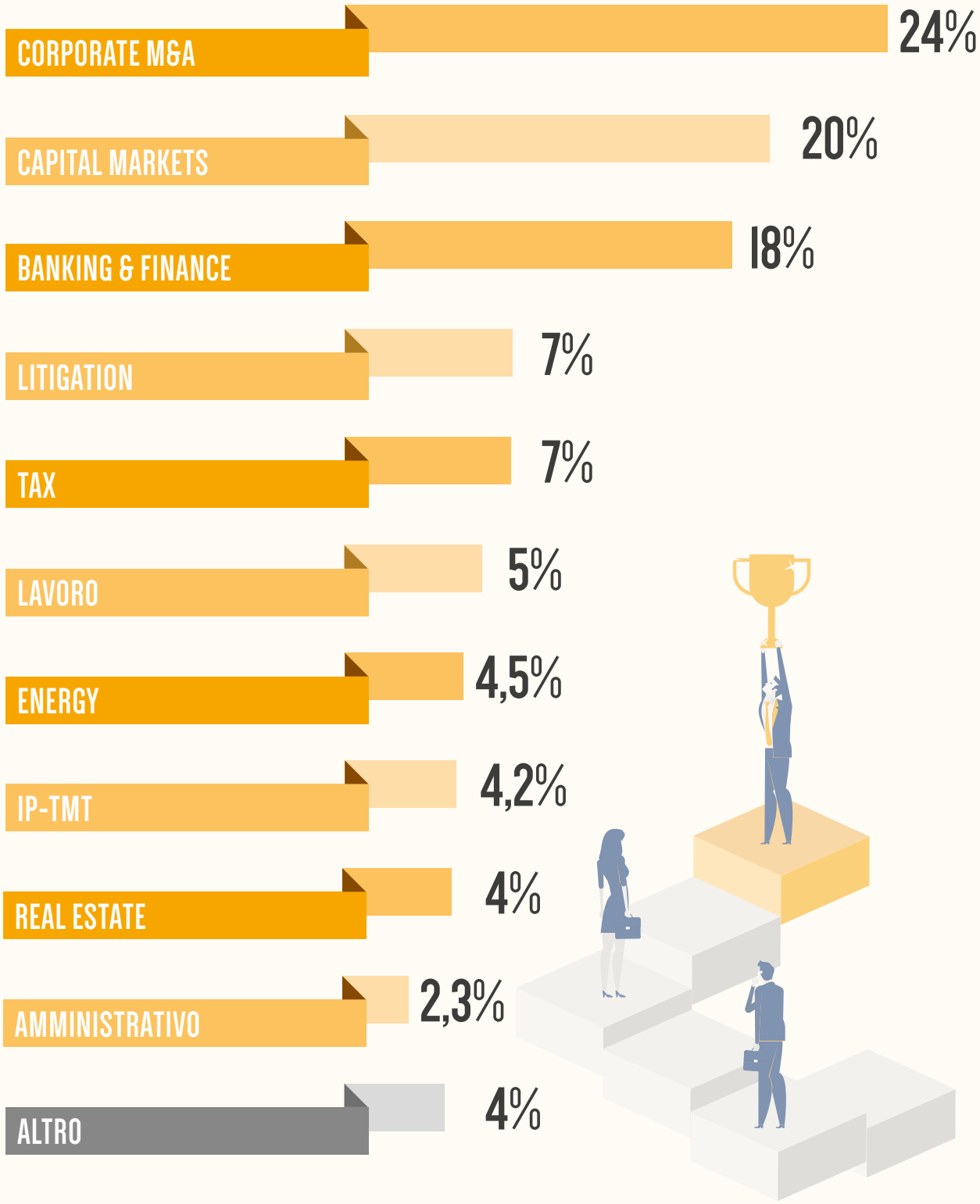
Falck e Infrastructure Investments Fund – Iif hanno sottoscritto un accordo per l'acquisto da parte di Iif dell'intera partecipazione, pari a circa il 60% del capitale sociale, detenuta da Falck in Falck Renewables.
Clifford Chance ha assistito l'acquirente Iif con un team multidisciplinare guidato dai partner **Paolo Sersale** e **Umberto Penco Salvi** e composto dal


Paolo Sersale

Alberto Toffoletto

counsel **Stefano Parrocchetti Piantanida**, dall'associate **Shirin Niazi** e dai trainee **Lorena Sarah Loos** e **Michelangelo Taibi**, oltre a un team di avvocati delle varie giurisdizioni in cui Falck Renewables opera. Gli aspetti Finance sono stati curati dal partner **Ferdinando Poscio**, con l'associate **Thea Romeo** e il trainee **Giovanni Fierro**, mentre per gli aspetti di Debt Capital Markets ha agito il senior associate **Jonathan Astbury**. Per i profili Antitrust hanno agito il partner **Luciano Di Via** con l'associate **Laura Tresoldi**. I profili Labour sono stati seguiti dalla partner **Simonetta Candela** e quelli fiscali dal partner **Carlo**

I SETTORI che tirano



Periodo: 22 - 8 novembre 2021 • Fonte: legalcommunity.it

LaFil
Filarmonica di Milano

LaFil / MUSICA NEI QUARTIERI

MUNICIPIO 6 MILANO

11 – 18
NOVEMBRE 2021

CONFERENZE / CONCERTI / EVENTI / PROVE APERTE / INCONTRI

LaFil - Filarmonica di Milano
nei quartieri di Bisceglie, Barona, Lorenteggio, Giambellino

Teatro Puntozero Beccaria /
Teatro Barrio's / Biblioteca Lorenteggio /
Biblioteca Sant'Ambrogio / Comunità Nuova

→ Leggi tutto il programma su LaFil.com

CONCERTO 18 / 11 ORE 21
TEATRO PUNTOZERO BECCARIA
DIRETTORE STÉPHANIE PRADUROUX

ANTON WEBERN — LANGSAMER SATZ
SERGEJ PROKOFIEV — SINFONIA N.1 IN RE MAGGIORE OP.25 "CLASSICA"
LUDWIG VAN BEETHOVEN — SINFONIA N.1 IN DO MAGGIORE OP.21

in collaborazione con: Comune di Milano · BOOKCITY MILANO · puntozero

sponsor: ilSaggiatore

con il contributo di: Fondazione di Comunità MILANO CITTÀ, SUD OVEST, SUD EST, MARTESANA

sponsor tecnico: Galli Thierry stampa

con il patrocinio di: Ordine degli Avvocati di Milano

media partner: LEGALCOMMUNITY

Galli con il senior associate **Andrea Sgrilli**.
Advant Nctm ha assistito Falck con un team coordinato dal partner **Alberto Toffoletto** e composto da **Eleonora Sofia Parrocchetti**, salary partner, per i profili m&a e dal partner **Lukas Plattner** e da **Andrea Iovieno**, salary partner, per i profili Capital Markets.
Cleary Gottlieb ha assistito Falck Renewables con un team multidisciplinare composto per i profili Corporate dal partner **Pietro Fioruzzi** e dagli associate **Federico Cenzi Venezze** e **Edoardo Augusto Ghio** e dei trainee **Silvia Maglio** e **Federico Previtera** e con il supporto del senior attorney **Gerolamo da Passano**.
Il partner **Metteo Beretta** e l'associate **Riccardo Molè** si occupano dei profili antitrust/FDI dell'operazione.
Giliberti Triscornia e associati, con il name partner **Alessandro Triscornia** e il partner **Giulio Santagada**, ha assistito Falck nel corso dell'intero processo di cessione.
Freshfields ha prestato assistenza fiscale a Falck con un team guidato dal partner **Renato Paternollo**, coadiuvato dal senior associate **Toni Marciante**, dagli associate **Costanza Cascone** e **Matteo Feliziani** associate e dal trainee **Giuseppe Brero**.
Rothschild & Co ha assistito Falck Renewables con un team composto da **Alessandro Bertolini Clerici**, partner e head of Energy & Power Italy; **Tommaso Bricola**, assistant director; **Edoardo Pasquotti**, Associate; **Stefano Selva**, analyst.
Vitale & Co invece quale advisor finanziario di Falck. Per Vitale ha agito un team formato da **Orlando Barucci**, **Giovanni Mautone**, **Francesco Garbin** e **Gabriele Galizia**. JP Morgan Investment Management e Evercore hanno agito quali advisor di Iif.

Renato Paternollo

Orlando Barucci

Anton Carlo Frau

La practice
Private Equity
Il deal
Acquisizione di Falck Renewables
Gli studi legali
Clifford Chance, Advant Nctm, Cleary Gottlieb, Freshfields
Advisor finanziari
Rothschild & Co, Vitale & Co, JP Morgan

GPBL, LEGANCE E STARCLEX NELLA QUOTAZIONE DI INTERMONTE

Intermonte Partners Sim, holding di controllo di Intermonte Sim, ha concluso con successo il procedimento di quotazione delle proprie azioni sul mercato Euronext Growth Milan (ex Aim Milano).
La domanda al prezzo di collocamento è stata pari a circa 3 volte le circa 13,7 milioni di azioni emesse, per un controvalore complessivo di circa 112 milioni di euro. Il prezzo di collocamento delle azioni di Intermonte è stato fissato a 2,80 euro per azione, con una conseguente capitalizzazione della società pari a circa 101,3 milioni di euro. L'ammontare complessivo dell'offerta, considerando anche le azioni oggetto dell'opzione greenshoe, è pari a circa 38,5 milioni di euro.
L'operazione è stata seguita da Intesa Sanpaolo (divisione Imi Cib), in qualità di global coordinator, bookrunner e specialist; Intermonte Sim in qualità di co-lead manager; Bper Banca in

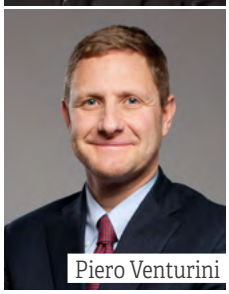
qualità di nominated adviser.
Lo studio legale Gatti Pavesi Bianchi Ludovici è il consulente legale della società, mentre Legance è stato lo studio legale advisor del global coordinator e del nomad. Starclex è il consulente per gli aspetti di corporate governance.
In particolare, Gatti Pavesi Bianchi Ludovici ha agito con un team guidato dall'equity partner **Anton Carlo Frau** con il senior associate **Maximiliano Papini** e l'associate **Valentina Maniero**.
Legance, invece, ha agito con un team guidato dalla partner **Alberta Figari** e composto dalla senior associate **Giulia Marina Lazzari** e dagli associate **Carlotta Giani** e **Diego Valenti**.

La practice
Ipo
Il deal
Quotazione di Intermonte SIM su AIM Italia
Le banche
Intesa Sanpaolo, Bper Banca
Gli studi legali
Gatti Pavesi Bianchi Ludovici, Starclex

CASCADE ACQUISISCE LIFT. LEGANCE, LINKLATERS E MOLINARI AGOSTINELLI NEL DEAL

Legance ha assistito Cascade Corporation, attiva nella progettazione e produzione di attrezzature per la movimentazione di materiali per carrelli elevatori, che ha completato con successo l'acquisizione dell'americana Lift Technologies e dell'italiana Lift-Tek Elecar, società che producono montanti, entrambe controllate da Calvi Holding, gruppo operante nel settore manifatturiero, assistito da Linklaters.

Pietro Belloni


Piero Venturini

Legance ha agito con un team guidato dal partner **Piero Venturini** e composto dal counsel **Filippo Benintendi**, dal senior associate **Nicola Toffanin** e dall'associate **Eleonora Furio**; i profili antitrust sono stati seguiti dalla counsel **Guendalina Catti De Gasperi**. Gli aspetti fiscali e contabili della due diligence sono stati seguiti da Revirevi con il partner **Nicola Capri**.
Linklaters ha assistito la società con un team guidato dal partner **Pietro Belloni** e composto dagli associate **Chiara Venditti** e **Luigi Agostinacchio** e dalla junior associate **Francesca Galetti** per gli aspetti corporate e con un team composto dal partner **Ettore Consalvi** e dall'associate **Sara Astrologo** per gli aspetti banking.
Molinari Agostinelli, con un team guidato dalla partner **Margherita Santoiemma** e composto dal senior associate **Giacomo Colombo** e dall'associate **Francesco Manghisi**, ha assistito i creditori finanziari del gruppo **Calvi Holding**.
La banca d'investimento globale Houlihan Lokey ha agito come advisor finanziario di Calvi Holding nel processo di vendita con il team composto da **Pietro Braicovich**, **Marco Mezzadri** e **Andrea Mainetti**.

La practice
Corporate M&A
Il deal
Acquisizione di Lift
Advisor finanziario
Houlihan Lokey
Gli studi legali
Legance, Linklaters, Molinari Agostinelli
Altri advisor
Revirevi

MFLaw
MANNOCCHI & FIORETTI STUDIO LEGALE ASSOCIATO
20°ANNIVERSARIO 2001·2021

LA COMPOSIZIONE NEGOZIATA PER LA CRISI DI IMPRESA: UN NUOVO STRUMENTO DI RISANAMENTO O UN'ENNESIMA MORATORIA?

Il decreto-legge 24 agosto 2021, n. 118 ha introdotto, tra l'altro, due nuovi istituti giuridici nel nostro ordinamento. Trattasi, in particolare, della composizione negoziata della crisi di impresa e del concordato semplificato; il secondo quale conseguenza eventuale del primo, ma il primo quale presupposto del secondo.
Nelle intenzioni del governo prima, del legislatore poi, (essendo il decreto stato convertito con modificazioni dalla Legge 21 ottobre 2021 n. 147, in G.U. 23 ottobre 2021 n. 254) vi era e vi è quella, da un lato, di trovare degli strumenti giuridici idonei ad aiutare l'imprenditore in crisi, e dall'altro di privatizzare in un certo senso il momento della crisi aziendale, rendendola per l'appunto una questione privatistica tra imprenditore/debitore e creditori ed in generale altri interessati.
La composizione negoziata della crisi è, infatti, caratterizzata dall'essere assolutamente *volontaria* e *riservata* e l'intervento del Tribunale è del tutto eventuale, ed avviene solo su istanza dell'imprenditore che chieda l'applicazione di misure protettive del patrimonio, ovvero chieda l'autorizzazione alla sottoscrizione di finanziamenti prededucibili ex art. 111 l.fall., ovvero ancora chieda al Tribunale di rideterminare equamente le condizioni del contratto qualora la prestazione sia divenuta eccessivamente onerosa per effetto della Pandemia.
In difetto di richiesta di intervento del Tribunale, la procedura resta riservata e non è richiesta l'iscrizione presso il registro delle imprese. In astratto, la procedura potrebbe concludersi con un accordo tra le parti, senza che di questo accordo e del percorso intrapreso ne sia stata data alcuna forma di pubblicità ai terzi.
In questo scenario, la nomina dell'esperto, dovrebbe da un lato agevolare le trattative tra le parti coinvolte e, dall'altro lato, garantire terzietà ed indipendenza non potendo aver avuto, né avere successivamente, rapporti professionali con l'imprenditore.
La *privatizzazione della crisi* trova ulteriore conferma negli obblighi e doveri delle parti, soprattutto con riguardo al ceto creditorio. Ed infatti, la norma di cui all'art. 4, oltre a prevedere che durante le trattative le parti debbano comportarsi secondo buona fede e correttezza, prevede dei doveri specifici in capo alle banche, intermediari finanziari, i loro mandatari e i cessionari dei loro crediti, che *sono tenuti a partecipare alle trattative in modo attivo e informato. L' accesso alla composizione negoziata della crisi non costituisce di per se' causa di revoca degli affidamenti bancari concessi all'imprenditore.*
Ed ancora, la medesima norma, specifica che tutte le parti coinvolte nelle trattative hanno il dovere di collaborare lealmente e in modo sollecito con l'imprenditore e con l'esperto, rispettando l'obbligo di riservatezza sulla situazione dell'imprenditore, sulle iniziative da questi assunte o programmate e sulle informazioni acquisite nel corso delle trattative. Le medesime parti sono tenute a dare riscontro alle proposte e alle richieste che ricevono durante le trattative con risposta tempestiva e motivata.
Si prevede, altresì, che gli atti autorizzati dal tribunale ai sensi dell'articolo 10 (finanziamenti in prededuzione) conservano i propri effetti anche se successivamente intervengono un accordo di ristrutturazione dei debiti omologato, un concordato preventivo omologato, il fallimento, la liquidazione coatta amministrativa, l'amministrazione straordinaria o il concordato semplificato per la liquidazione del patrimonio di cui all'articolo 18. Della medesima *ratio* la disposizione che prevede la non revocabilità degli atti, dei pagamenti e delle garanzie posti in essere dall'imprenditore nel periodo successivo alla accettazione dell'incarico da parte dell'esperto, purchè coerenti con l'andamento e lo stato delle trattative e con le prospettive di risanamento esistenti al momento in cui sono stati compiuti.
La procedura può concludersi positivamente con un accordo tra le parti (anche con gli effetti di cui all'art. 67 lett. d l.fall., ma senza necessità di attestazione), ovvero negativamente, qualora le trattative non abbiano avuto buon fine.
In questa ultima ipotesi, la novella legislativa prevede la possibilità per l'imprenditore di ricorrere al concordato semplificato, quale strumento per liquidare l'attivo dell'azienda che non è riuscita a risanarsi.
Il concordato semplificato non prevede la procedura di ammissione, né il meccanismo del voto dei crediti, né tanto meno una minima percentuale di realizzo garantita al ceto chirografario. La partecipazione dei creditori è meramente eventuale ed avviene solo in sede di omologa, essendo consentito a questi ultimi di presentare memorie e impugnare l'eventuale provvedimento.
Al di là delle ottime intenzioni del legislatore, non vi è chi non veda che un simile impianto normativo, oltre a facilitare senza dubbio le imprese sane che vivono un momento di crisi, presta il fianco ad un abuso da parte di tutti quegli imprenditori che, già ampiamente squilibrati dal punto di vista patrimoniale/finanziario, ricorrono dapprima al procedimento di composizione negoziata della crisi per ottenere, attraverso la richiesta di misure protettive, un *automatic stay* di 120 giorni prorogabili fino a 240, salvo chiudere negativamente le trattative ed accedere alla procedura di concordato semplificato con tutte le caratteristiche di semplificazione che lo caratterizzano.
Vedremo dal il 15 novembre le prime applicazioni della norma e l'utilizzo che gli operatori del settore ne faranno.

Francesca Tucceri - Partner MFLaw

ECM, SI TORNERÀ A BREVE AI RITMI PRE-COVID

ROSSELLA PAPPAGALLO

MAG ha intervistato Rossella Pappagallo, responsabile del dipartimento di equity capital markets dello studio Gatti Pavesi Bianchi Ludovici. «Molte quotazioni in cantiere. Un contributo sarà dato anche dalle misure temporanee di semplificazione in tema di prospetto informativo decise dall'UE»

di giuseppe salemme

Un team tutto al femminile, per una delle practice chiave dello studio. Le professioniste del dipartimento equity capital markets di Gatti Pavesi Bianchi Ludovici, guidate dalla equity partner **Rossella Pappagallo**, negli ultimi mesi hanno navigato sapientemente nel mare del mercato dei capitali, agitato dalle insicurezze della pandemia. C'è (anche) la loro firma su molte operazioni rilevanti portate a termine nel periodo più caldo dell'emergenza sanitaria.
A partire ovviamente dall'assistenza prestata a Intesa Sanpaolo per l'opa su Ubi Banca, senza dubbio tra i maggiori deal degli ultimi anni a livello europeo. Ma non solo: c'è lo zampino di Gpbl anche nell'acquisizione di Stone Island da parte di Moncler; nell'investimento di Mercure in Astm; nella quotazione di Pharmanutra sul Mta (ora Euronext Milan – EXM, *ndr*) e nell'acquisizione di Enoitalia da parte di Italian Wine Brands. Proprio per provare a raccontare gli sviluppi che i mercati hanno dovuto affrontare durante la pandemia, e a tracciare le tendenze future, MAG ha fatto quattro chiacchiere con l'avvocato Pappagallo, figura chiave dello studio con cui collabora da sempre (precisamente dal 1997) e di cui è socia dal 2004.

I tempi sono maturi per analizzare quello che è stato l'impatto della pandemia sul mercato dei capitali?
Bisogna innanzitutto tenere conto che l'impatto è stato differente a seconda delle aree e dei settori. Ma, parlando in generale, l'incertezza ha fatto ovviamente aumentare la volatilità. E questo si è reso visibile in Italia soprattutto con il rallentamento delle quotazioni: un'unica ipo sul Mta nel 2020 è un dato emblematico. Di contro, abbiamo avuto un certo fermento nell'Aim, che diventa sempre più di frequente un mercato "di passaggio" per società destinate alla quotazione su quello primario. È stato il caso, ad esempio, di Pharmanutra, che ha debuttato su Mta proprio a fine 2020 dopo una parentesi sull'Aim.

Cosa si aspetta nei prossimi mesi su questo fronte?
Credo che potremo tornare in breve ai ritmi pre-Covid. I segnali di ripresa ci sono già.

Ad esempio?
Ci sono molte quotazioni in cantiere. In molti casi si tratta di progetti già avviati prima della crisi, che erano stati sospesi e che ora riprendono. Un contributo sarà dato anche dalle misure temporanee di semplificazione in tema di prospetto informativo decise dall'UE e adottate dalla Consob, che agevolano sia le emittenti che gli investitori.

E per quanto riguarda i delisting? Negli ultimi mesi sono stati molti...
Credo sia un fenomeno fisiologico e non patologico. Si sono già visti in passato casi di delisting e successive ri-quotazioni, e se ne vedranno ancora: il mercato dei capitali è un'opportunità che accompagna la vita della società e, a seconda del momento e della fase di sviluppo del business, si può entrare, uscire, per poi magari rientrare. Le opa e i meccanismi che le accompagnano (sell-out e squeeze-out) sono poi gli strumenti che garantiscono la tutela degli azionisti di minoranza e un delisting ordinato.

"IL MERCATO DEI CAPITALI È UN'OPPORTUNITÀ CHE ACCOMPAGNA LA VITA DELLA SOCIETÀ

Non crede quindi che la pandemia sia stata un fattore che ha portato molte società a "scappare" dalle borse?
Certamente. Ma è possibile che fra tre/cinque anni, che poi è l'orizzonte temporale in base al quale operano i fondi di private equity, molte realtà si riaffaccino sul mercato. Anche perché l'ipo continua a essere una delle soluzioni di exit privilegiate dagli stessi fondi che

ILT

LCPUBLISHINGGROUP

ITALIAN LEGALTECH

La prima associazione italiana per il legaltech

Il mondo legale è cambiato tanto negli ultimi anni e cambierà ulteriormente in maniera decisiva nei prossimi dieci anni. Innovazione e tecnologia saranno strumenti di cambiamento e impatteranno pesantemente sul contesto competitivo futuro del mercato dei servizi legali. La nostra missione è quella di aiutare gli studi legali, le direzioni affari legali, la ricerca legaltech, la finanza legaltech e le aziende produttrici di tecnologia a incontrarsi, a confrontarsi e ad aiutarsi nella comprensione di un futuro sempre più presente.

Per informazioni: info@italianlegaltech.it
Per membership: membership@italianlegaltech.it
www.italianlegaltech.it - T: +39 02 36727659

CARLOTTA CORBA COLOMBO, BEATRICE ALLERUZZO, ROSSELLA PAPPAGALLO, BEATRICE ARNABOLDI E GIORGIA CAPUZZO

hanno promosso molti dei delisting di cui parliamo. E qui parlo indistintamente sia di Mta che di Aim, che hanno vissuto lo stesso trend in fatto di delisting. Credo sia un segnale positivo: vuol dire che l'Aim (ora Euronext Growth Milan – EGM, *ndr*) è un mercato che "vive e pensa" come un mercato "vero".

"L'IPO CONTINUA A ESSERE UNA DELLE SOLUZIONI DI EXIT PRIVILEGIATE DAGLI STESSI FONDI CHE HANNO PROMOSSO MOLTI DELISTING"

E il vostro lavoro? Come è stato influenzato dall'emergenza?
Siamo state molto impegnate anche durante, e nonostante, la pandemia. Lavorando anche nell'assistenza day-by-day delle società quotate, la nostra consulenza è stata particolarmente richiesta durante l'emergenza, ad esempio per interpretare la legislazione d'emergenza o per implementare le nuove strategie aziendali. In molti casi, soprattutto nei mesi di lockdown, "entrando" virtualmente nelle case dei nostri amici general counsel, condividendo l'ansia per il momento ma anche la fiducia reciproca nel lavorare insieme nonostante tutto. In più, ovviamente abbiamo collaborato quotidianamente con i colleghi degli altri dipartimenti dello studio (ad esempio quello m&a), dato che il nostro team entra in gioco in maniera trasversale ogni qualvolta ci si trova di fronte a operazioni aventi come soggetti società quotate.

Non sono molti i team interamente femminili nel panorama degli studi d'affari. Questo ha per voi un significato particolare?
Questi sono temi che, se non affrontati con la dovuta attenzione, rischiano

MILAN
CHAMBER OF
ARBITRATION

presents:

REASONING AND DISSENTING IN ARBITRATION:

THE GOOD THE BAD AND THE UGLY

ONLINE
26 NOV. 2021
9.00-13.00

THE SPEAKERS:

Massimo Benedettelli
Klaus Peter Berger
Juan Fernandez-Armesto
Franco Ferrari
Wendy Miles
Pierre Tercier
Vera Van Houtte

www.camera-arbitrale.com

ROSSELLA PAPPAGALLO

"GLI STUDI DEVONO EVOLVERSI VERSO UNA DIMENSIONE MAGGIORMENTE MERITOCRATICA E INDIPENDENTE DAI CLICHÉ DI GENERE"

sempre di diventare più questioni "d'immagine" che di impegno reale. Di certo un team specializzato in diritto dei mercati finanziari tutto al femminile sarebbe stato impossibile 25 anni fa, quando la presenza femminile in ruoli chiave era vista con sospetto, o anzi addirittura non contemplata. Non solo negli studi legali ma anche nei cda aziendali, nelle banche e nei fondi.

Cosa è cambiato oggi?
Sicuramente c'è una nuova "pressione" che arriva dal basso: la presenza femminile è finalmente sempre maggiore, a partire dalle iscrizioni universitarie. Che poi si riflettono sul lavoro: in Gpbl una delle nostre priorità è costruire un ambiente di lavoro e una cultura inclusivi, per garantire ai clienti le migliori prestazioni possibili. E gli stessi clienti sempre più spesso sono attentissimi nello scegliere partner che siano in linea con questa e tutte le altre best practice in tema Esg.

Cosa resta da fare su questo fronte?
I dati dicono che bisogna ancora lavorare molto sul numero di donne e professioniste in ruoli manageriali. Gli studi devono quindi evolversi verso una dimensione maggiormente meritocratica e indipendente dai cliché di genere.

E al vostro team cosa resta da fare? Avete in mente di crescere in futuro?
Io e le altre professioniste del team lavoriamo insieme da molti anni in maniera molto coesa. Non siamo interessati a potenziali lateral hire, quanto piuttosto a far crescere risorse come Carlotta Corba Colombo, che collabora con noi da dieci anni e Giorgia Capuzzo, con noi da sette. Siamo però intenzionati ad aggiungere entro la prima metà del 2022 due figure junior alla squadra, per permetterci di seguire sempre più da vicino i clienti.

LEGISLAB apre a PARIGI

MAG ne parla con il managing partner Piergiorgio Mancone e con i soci fondatori della practice francese, Francesca Bologna e Fabio Bonaglia

di giuseppe salemme

Le vie dell'internazionalizzazione sono infinite. Negli ultimi MAG abbiamo spesso raccontato le modalità con cui molti studi legali italiani si stanno affacciando sul mercato estero. Ognuno con una strategia propria, che quasi sempre riflette una precisa filosofia di lavoro.

Lo stesso discorso vale per LegisLab, studio che sotto la guida del managing partner **Piergiorgio Mancone** ha da poco dato il via a Parigi a **LegisLab Avocats**, associazione professionale che, più che una sede estera di uno studio italiano, vuole essere uno studio francese a tutti gli effetti.

A guidare gli uffici parigini, situati a due passi dagli Champs Elysées, i due founding partner **Francesca Bologna** e **Fabio Bonaglia** (entrambi con un passato in CastaldiPartners, esperienza dopo la quale Bologna era passata a Tsclex e Bonaglia aveva dato vita a uno studio indipendente), da anni attivi principalmente sul territorio francese e che hanno sposato in pieno il progetto di LegisLab: declinare il marchio e l'approccio al lavoro in prospettiva sempre più europea, coinvolgendo professionisti locali nei Paesi target.

A tutto beneficio del cliente, che potrà contare su un'assistenza integrata su

PIERGIORGIO MANCONE

più giurisdizioni. E a smentita della tesi per cui solo i grandissimi studi possano avere respiro e ambizioni internazionali.

Quando inizia il progetto di LegisLab a Parigi e come nasce?
Francesca Bologna: Lo studio ha aperto ufficialmente il 1 gennaio 2020 con me e Fabio, che ci conoscevamo e lavoravamo insieme da più di 15 anni. A seguito di un lungo dialogo avviato con LegisLab e i suoi soci ci siamo resi conto che le nostre modalità di lavoro e l'idea che abbiamo della professione erano omogenee, è stato quindi un esito naturale formalizzare la nostra collaborazione. Nonostante il contesto sanitario abbia reso il periodo iniziale più difficile di quanto previsto, la crescita è stata importante fin da subito.

Fabio Bonaglia: Confermo. Tant'è che abbiamo già in entrata un terzo socio per coprire le tematiche di diritto del lavoro, oltre a un nuovo collaboratore. Raggiungeremo dunque in anticipo l'obiettivo che ci eravamo dati: coprire entro 2 anni dall'apertura le practice corporate m&a, lavoro, concorrenza/distribuzione e immobiliare. Abbiamo anche investito su una bella sede: tra gli Champs Elysées e Alma Marceau, di fianco al nuovo hotel Bulgari. Comoda per i clienti e spaziosa: attualmente ci lavoriamo in sei, ma avremmo già spazio per raddoppiare questo numero.

Come mai proprio la Francia?
Piergiorgio Mancone: Il nostro obiettivo è dare ai nostri clienti una piattaforma di servizi legali integrati anche all'estero. Siamo partiti dalla Francia perché abbiamo trovato subito la corrispondenza di interessi con Francesca e Fabio, avvocati con le nostre stesse caratteristiche: con vocazione internazionale, e che si occupano di diritto senza paura di parlare di business; anzi, con il fine di migliorare il business del cliente.

Quindi l'apertura in Francia è l'inizio di un piano di espansione anche in altri Paesi?
PM: L'ambizione è quella: replicare fuori dai confini quello che LegisLab è in Italia, e creare uno studio crossborder e paneuropeo. Abbiamo un brand che va sviluppato e che è una dichiarazione d'intenti: un laboratorio in cui ognuno mette a terra le sue competenze per ottenere collettivamente il miglior risultato. E non vogliamo farlo creando sedi secondarie, o creando alliance; non abbiamo nemmeno le dimensioni per fare un'operazione "alla Pirola" (vedi MAG 171 ndr). Vogliamo trovare persone che sposino il progetto, creando per ogni paese uno studio di avvocati specializzati nel diritto locale.

FRANCESCA BOLOGNA

IN ARRIVO ANCHE UN TERZO SOCIO PER COPRIRE LE TEMATICHE DI DIRITTO DEL LAVORO, OLTRE A UN NUOVO COLLABORATORE

F Bonaglia: Gli elementi che sono stati determinanti nel convincerci a sposare il progetto sono stati proprio il brand, già costituito e non basato sulla classica unione dei cognomi dei soci storici, e la volontà di creare un vero studio in ogni Paese. Io e Francesca, sebbene lei abbia l'abilitazione anche in Italia, siamo professionisti francesi, e non volevamo diventare una branch di uno studio italiano o un'etichetta che influenzasse passivamente il nostro lavoro. Mentre ci attraeva l'idea di mettere la nostra competenza e la nostra faccia nell'elaborazione di una filosofia di lavoro, ovvero proporre degli avvocati specializzati e radicati nell'ordine giuridico di appartenenza.

F Bologna: Poi, ad esempio, talvolta ci sono controversie che per vari fattori potrebbero essere gestite alternativamente in Italia o in Francia. In

LEGALCOMMUNITY AWARDS

The event celebrating in-house & private practice lawyers in Switzerland

Zurich

5th edition

SAVE THE NEW DATE

10.02.2022

6:00 pm

Partners

LabLaw
Studio Legale
Rotondi & Partners

#legalcommunityCH

For information: martina.gavioli@lcpublishinggroup.it

FABIO BONAGLIA

quei casi, la possibilità di effettuare la scelta del foro pensando alla via più vantaggiosa, rapida ed efficace per il cliente costituisce un vero valore aggiunto.

Dal punto di vista formale come siete organizzati? In che forma è costituito lo studio francese?
F Bologna: Siamo un'associazione professionale. E gli studi italiano e francese sono integrati e legati da una convenzione transnazionale, validata dagli ordini professionali dei rispettivi paesi. In Francia siamo stati uno dei primi studi a presentare questo tipo di accordo professionale transazionale, il che testimonia del carattere innovativo della nostra visione.

PM: Per coordinare le attività lo studio italiano partecipa all'associazione francese con un delegato, e allo stesso modo Francesca partecipa in qualità di local partner alla nostra struttura italiana. Fermo restando che l'integrazione sarà misurata sulla base del cross-selling e delle cose che riusciremo a fare insieme.

Parlate di crescere, sia in Francia sia all'estero. Ma qual è il profilo professionale che cercate? E di quale seniority?
PM: Credo che LegisLab sia lo studio ideale per quegli avvocati che ormai hanno un'idea chiara sul loro modello di business e cercano qualcuno che li aiuti a svilupparlo integrando i servizi che offre con quelli che offriamo noi. Probabilmente la nostra fascia d'età d'elezione è quella dei professionisti tra i 40 e i 50 anni.

LO STUDIO IN CIFRE

2016
Anno di fondazione dello studio italiano

2020
Anno di fondazione dello studio francese

33
Professionisti totali (di cui 6 a Parigi)

11
I soci (di cui 3 a Parigi)

4
Le sedi: Milano, Torino, Roma e Parigi

F Bonaglia: Poi ovviamente la voglia di investire sui giovani c'è, anche perché saranno loro a dare un futuro allo studio. Un altro concetto importante è che non ci interessano professionisti che siano al di fuori della struttura: non vogliamo avere consulenti, of counsel o collaboratori solo formali.

E sull'Italia?
PM: Vogliamo crescere anche qui, sia in termini qualitativi che quantitativi. Cerchiamo dunque soggetti che abbiamo voglia di trovarsi con il mercato: siamo una piattaforma aperta a chi condivide i nostri principi, che deve diventare strumento per sviluppare business e lavoro sia per noi che per i nostri clienti.

LINKLATERS, IL BUSINESS AGILE

MAG incontra il managing partner della law firm magic circle, Andrea Arosio. Nuova sede, bilanci e prospettive dello studio che ha appena lanciato una practice real estate con Francesco De Blasio e che sulle tematiche di frontiera ha deciso di agire attraverso hub trasversali

di nicola di molfetta

Leggere le mosse di uno studio legale sul mercato non è mai cosa semplice o, se preferite, immediata. Le notizie si rincorrono. I fatti si susseguono tra operazioni, nomine, lateral hire. E mettere in fila le cose, ragionarci, a un certo punto diventa necessario se si vuole comporre l'immagine che ogni singolo evento raccontato è in grado di trasmettere una volta che viene visto in relazione agli altri. Come scrive Giorgio Faletti in *Io uccido*, "tutti gli enigmi sono semplici, dopo che sai la risposta". E nel caso di Linklaters e delle ultime mosse di mercato che l'hanno caratterizzato, la chiave per la soluzione del rompicapo è data da una parola: agilità.
Lo studio, guidato in Italia fin dalla sua (ri)fondazione dall'avvocato Andrea Arosio, ha fatto di questo concetto il perno attorno al quale sviluppare un progetto professionale che fosse non solo contemporaneo ma proiettato al futuro. E il futuro dello studio nella Penisola comincia da un indirizzo nuovo, in una delle zone più à la page della città, Via Fatebenefratelli 14. È qui che, in questi giorni, i circa 120 avvocati dello studio, di base a Milano hanno traslocato dopo aver lasciato gli uffici di via Broletto che li hanno ospitati per quasi un decennio.
Un fatto che ai più potrebbe apparire banale. Ma non è così quando si discetta di cose d'avvocati. Un cambio di sede può dire molto sulle

PUBLISHINGGROUP LC

PREZZO
39.90€

Disponibile dal
15 novembre 2021

Pre-ordina la tua copia e ottieni
il 10% di sconto!

Scrivi a: books@lcpublishiggroup.it

intenzioni di un'organizzazione rispetto al suo futuro sul mercato e alla sua volontà di crescere o di ridimensionarsi, al modo di gestire le risorse e presentarsi agli stakeholder. Allora la prima cosa che salta all'occhio è il colore delle pareti. C'è molto verde nei nuovi ambienti dello studio. È la stagione della sostenibilità. E qui il tema è centrale (si veda il box). Ma poi c'è un'altra cosa che non passa inosservata. Le stanze dei professionisti hanno lasciato spazio a locali più aperti, caratterizzati da un «open layout», dice Andrea Arosio. I luoghi parlano. «Via Broletto era arrivata a scadenza di contratto - racconta il managing partner -. Nel mentre, noi avevamo cominciato a lavorare sul lavoro agile (dal 2015, ndr). A questo si è aggiunta la "lezione" del lockdown che ha introdotto un nuovo modo di lavorare. Quindi abbiamo cominciato a ragionare su un diverso uso degli spazi. A quel punto potevamo decidere o di dar seguito a un'importante ristrutturazione degli spazi della precedente sede, in modo da dare forma a queste nostre riflessioni oppure cambiare building.
Abbiamo trovato questa opportunità in Fatebenefratelli che funziona meglio e che in termini di headcount ospita 159 desk, esattamente come Broletto. E quindi abbiamo deciso che partire da una situazione nuova, già tarata sulla concezione di spazio che avevamo ci piaceva di più».

In cosa consiste?
È una concezione di open layout (non open space) negli spazi delle postazioni di lavoro, formula che abbiamo sperimentato già in via Broletto al piano del banking, con aree comuni e di condivisione molto più ampie.

Cosa vi ha convinto di quella sperimentazione?
Il fatto che in un contesto del genere sei più in contatto con tutti. Sono spazi molto più collaborativi. E alle persone, questo è piaciuto. Il tutto è

LO STUDIO IN CIFRE

15
I soci in Italia

120
I professionisti

3
Le sedi: Milano, Roma e Lecce

15
I professionisti di base a Lecce

45
I milioni di fatturato stimati nell'ultimo anno

10
I professionisti dell'hub fintech e digital transformation

18
I professionisti dell'hub SustainabItaly

WomenX IMPACT

LEGALCOMMUNITY

Empowering

Women Worldwide

L'evento internazionale più atteso dell'anno dedicato alla **leadership al femminile**

@womenximpact

WomenX Impact

WomenX Impact

womenximpact.com

SCOPRI L'EVENTO SU ***WOMENXIMPACT.COM***

stato ratificato da un sondaggio interno in cui l'82% di noi ha scelto di proseguire con questa modalità aperta della gestione degli spazi a cui si affianca la presenza di salette per riunioni e call che ciascuno può usare prenotando.

Nessuno ha più una stanza singola?
Abbiamo mantenuto le stanze singole per i soci. Ma questo perché spesso le stanze dei partner fungono da sale riunioni. E comunque c'è un socio che ha ugualmente scelto di rimanere nello spazio open.
Funziona?
Crediamo che funzioni meglio anche alla luce delle nuove modalità di lavoro in cui si lavora un po' in presenza e un po' da remoto. Le persone tarano la loro presenza fisica anche in base al contenuto di quello che devono fare.

Come funziona il lavoro agile?
Abbiamo una policy globale di lavoro agile approvata dal People committee di cui sono stato parte fino a qualche mese fa e che io, assieme a un socio asiatico, ho contribuito a redigere. È entrata in vigore dopo l'approvazione del comitato esecutivo nell'estate del 2020 e prevede che, fatte salve alcune eccezioni per pochi business team, tutti abbiano la possibilità

HUB

IN 18 AL LAVORO PER SUSTAINABITALY

Sostenibilità è la parola chiave. E la consulenza sul fronte Esg è uno degli obiettivi di mercato principali per lo studio che a questo fine ha costituito un gruppo di lavoro ribattezzato SustainabItaly. Il team è guidato da **Claudia Parzani**, global business development e marketing partner della law firm, assieme alla socia **Tessa Lee**, head della practice energy e infrastrutture e alla counsel del dipartimento banking, **Linda Taylor**. Nel complesso, la squadra conta 18 professionisti con competenze che spaziano dall'antitrust al tax, passando per l'amministrativo e il mercato dei capitali.
«Il focus tecnico che inizialmente caratterizzava il lavoro Esg e che era prevalentemente concentrato sulla E di environment (ambiente, ndr) è diventato negli ultimi anni un tema strategico sia a livello esterno che interno», spiega Tessa Lee. Per questo, prosegue la socia, «abbiamo messo assieme un gruppo di persone con capacità trasversali». Le aziende e le istituzioni hanno bisogno di essere guidate nella costruzione della loro identità Esg.
«Non è più una questione di solo impegno ambientale - sottolinea Claudia Parzani -. Bisogna guardare all'Esg come elemento strategico fondamentale, elemento differenziante rispetto alla concorrenza, e modo di pensare l'azienda e di vivere». Ci sono scelte dirompenti da compiere. «Se si vuole approcciare nel modo giusto il tema bisogna entrare dalla porta principale, partire dalla governance. Che deve essere innovativa e inclusiva. Bisogna creare comitati Esg che devono essere popolati da soggetti di management e non solo indipendenti: ceo, presidente e connessione diretta con il business». Linklaters ha dato vita all'hub SustainabItaly per «abbracciare i clienti su queste tematiche - continua Parzani -. Noi i tre pillar dell'Esg li copriamo in modo armonico e sincronizzato. Qui in modo molto peculiare abbiamo messo a sistema un approccio a queste tematiche che va dalla governance allo human capital e ci consente di affiancare i nostri clienti grazie a una visione a 360 gradi».

CLAUDIA PARZANI

TESSA LEE

LCPUBLISHINGGROUP

LEGALCOMMUNITY

AWARDS

SAVE THE DATE

24.03.2022

3th Edition

ITALY Forty UNDER 40

MILAN

#LcFortyUnder40

Per informazioni: francesca.vistarini@lcpublishinggroup.it

di lavorare fino al 50% da remoto.
La percentuale si riduce al 30% per i praticanti e per le segretarie. Restano fuori solo sicurezza e It.

Siamo alla fine del 2021. Qual è la fotografia di Linklaters in Italia?
Noi siamo 15 soci su 120 professionisti. Abbiamo Roma che è molto più strutturata di prima e poi abbiamo Lecce, dove stiamo cercando di rendere l'ufficio ancor più integrato con il resto dello studio e del network.

Fermiamoci un attimo: Roma?
Noi siamo uno studio giovane in Italia. Il nostro approccio a Roma è stato opportunistico. Abbiamo mantenuto la sede in questi anni perché comunque abbiamo clienti e attività (pensi all'antitrust o alla Cassazione) che si svolgono lì. È stata una sede che abbiamo mantenuto pur non avendo persone fisse.

E quand'è che è cominciato il revamping?
Già l'arrivo di Roberto Casati ha aumentato il tasso di impiego della sede capitolina visto che lui divide il suo tempo tra la Roma e Milano. E ora con l'ingresso di Francesco De Blasio, metà del team real estate è basato lì.

Invece, a Lecce quali sono le novità?
È una sede che sta funzionando e che può andare oltre il ruolo esclusivo di hub per le due diligence e l'innovazione. Dopo quattro anni, i professionisti basati lì cominciano a dare una mano su diversi fronti dell'attività ordinaria. Siamo in 15

NEW ENTRY

FRANCESCO DE BLASIO

DE BLASIO: UN TEAM PER IL NUOVO REAL ESTATE

Il real estate è cambiato come mercato e dal punto di vista dei servizi legali che richiede. È successo che grandi risorse finanziare, spesso gestite da private equity che in molti casi hanno alle spalle fondi pensione, hanno cominciato a puntare sull'immobiliare, considerato un asset affidabile ma anche in grado di generare ritorni stabili e interessanti. Questo flusso ha interessato inizialmente piazze più mature come Londra, ma poi è arrivato nel Continente. E ora sta lasciando il segno anche in termini di business. «Basta pensare cos'era lo skyline di Milano alcuni anni fa e cosa sia adesso», dice **Francesco De Blasio**, il socio a cui Linklaters ha affidato la responsabilità delle manovre sul fronte immobiliare in Italia. Ex Dla Piper, l'avvocato è approdato nella sede italiana di Linklaters lo scorso settembre assieme a un team di altre sei persone.
«Fino a dieci anni fa i nostri clienti erano specialisti del real estate, fondi che facevano solo questo. Nel frattempo alla clientela tradizionale si sono affiancati soggetti diversi, che non venivano dall'immobiliare ma che oggi sono diventati tra i protagonisti del settore. Questi soggetti hanno bisogno di una tipologia di assistenza legale molto sofisticata che parte dalla strutturazione dell'investimento, spesso non solo italiana ma magari a livello europeo e include la parte finanziaria che non arriva solo col finanziamento bancario ma con strutture di lending più complesse, e a cui si aggiunge l' analisi fiscale».
Per contare in questo settore c'è bisogno di stare sul mercato e di essere conosciuti nel comparto. «Questo è il senso del nostro ingresso in Linklaters - dice De Blasio -. Con un team di sette avvocati ci riproponiamo di coprire tanto le grandi operazioni seguendo i clienti come one stop shop, ma allo stesso tempo di continuare ad affiancare gli operatori tradizionali per non perdere le caratteristiche di specialisti del settore».

LC Publishing Group

lcpublishinggroup.com

INFORMAZIONE

EVENTI

CENTRO RICERCHE

PUBBLICAZIONI

LC Publishing Group fornisce informazione 100% digitale sul mondo legal, finance e food, il tutto in chiave "business". È il più grande editore legal in Sud Europa e America Latina con l'acquisizione della quota di maggioranza in Iberian Legal Group.
LC Publishing Group ha uffici a Milano, Madrid e New York.

MAG · LEGALCOMMUNITY · LEGALCOMMUNITYCH · FINANCECOMMUNITY

INHOUSECOMMUNITY · INHOUSECOMMUNITYUS · FOODCOMMUNITY · FOODCOMMUNITYNEWS

Iberian Lawyer · The Latin American Lawyer

LC srl
Sede operativa: Via Savona 100 | 20144 Milano
Sede legale: Via Tolstoi 10 | 20146 Milano
Tel. + 39 02 36727659

ANDREA AROSIO

ma cresceremo ancora. E il team opererà in maniera sempre più integrata col resto dello studio.

Tornando al 2021?
Siamo reduci da due anni difficili ma molto diversi dalla crisi che seguì al crollo di Lehman. Ricordo che nel 2008 per due mesi si bloccò tutto. Letteralmente. Non si faceva più un'operazione. Ci fu abbastanza presto un'ondata pesante di restructuring. Era crollata la fiducia nel sistema con tutta una serie di conseguenze devastanti per chi fa il nostro mestiere. Gli studi bloccarono le assunzioni, alcuni intervennero sulle bande.

La storia della pandemia è diversa?
Questa crisi in realtà ha avuto un effetto molto meno drammatico. Certo, è cambiato il lavoro ed è cambiata la tipologia di pratiche. Ma è stato fatto molto in termini di immissione di liquidità da parte dei governi (si pensi ai finanziamenti Sace su cui abbiamo lavorato tantissimo). È stato fatto molto lavoro da parte delle imprese e delle istituzioni finanziarie in termini di gestione della crisi. Ma non c'è mai stato quel crollo di attività sul mercato che avevamo visto nel 2008 e negli anni a seguire.

> LA NOSTRA POLICY SUL LAVORO AGILE (TOLTE ALCUNE ECCEZIONI) PREVEDE CHE TUTTI ABBIANO LA POSSIBILITÀ DI LAVORARE FINO AL 50% DA REMOTO

Per voi come sono andate le cose?
Noi non abbiamo mai fermato la crescita. In parte è stato frutto di quanto imparato durante la crisi Lehman. In parte c'è stato un discorso di solidarietà sociale. E poi c'è stato il fatto che l'attività non si è mai fermata e semmai è stata sostituita da altro tipo di lavoro. Dal nostro punto di vista le cose sono andate avanti. Il fatto che ci fosse ancora una quantità mostruosa di liquidità ha fatto la sua parte e ancora la sta facendo.

Il mercato è in una fase di riposizionamento?
In generale credo che quello che abbiamo imparato da questa crisi sia il fatto che di fronte a momenti di sconvolgimento di mercato, sia fondamentale la flessibilità, muoversi velocemente, spostare le persone da un prodotto all'altro. Questa credo che sia la formula vincente. Hai un mercato che cambia in continuazione e velocemente. Cambiano i prodotti che vale la pena seguire e quelli che diventano commodity. La flessibilità non si impara da un giorno all'altro ma va esercitata.

E voi quali azioni avete messo in campo?
L'azione più recente è stata la semplificazione della nostra struttura di dipartimenti. Lasciando a parte i team specialistici come contenzioso, fiscale, antitrust, abbiamo creato un macro-dipartimento di Corporate dove abbiamo fatto confluire i team corporate ed equity capital markets, e un macro dipartimento di Banking dove insieme al banking e al restructuring abbiamo messo tutta la finanza strutturata, i derivati, il debt capital markets. Questa suddivisione abbiamo ritenuto possa essere utile a rendere più flessibili i team e ad aiutare i giovani a spaziare da un tipo di lavoro a un altro all'interno di una practice.

LCPUBLISHINGGROUP

LEGALCOMMUNITY

AWARDS

SAVE THE DATE

16.06.2022

8th Edition

corporate

MILAN

#LcCorporateAwards

Per informazioni: francesca.vistarini@lcpublishinggroup.it

Insomma avete riunito competenze e capacità di azione in un assetto più trasversale all'interno di aree di pratica sorelle o comunque contigue. Ma in questa fase cosa non è commodity?
Non sono commodity le operazioni molto strutturate, che coinvolgono più practice e più soci. Operazioni con aspetti di m&a, di finanziamento con varie componenti. Operazioni per player più sofisticati che siano fondi o aziende. Le operazioni che richiedono numerose competenze.

Un esempio?
Se 10 anni fa il finanziamento di un'azienda arrivava o attraverso l'operazione bancaria o l'operazione in Borsa, oggi c'è una pletora di strumenti che le società possono utilizzare e che spesso vengono impiegati in combinazione tra loro: uno può fare un private placement, poi un high yield, ci sono i fondi di private debt ecc. Per lavorare su queste operazioni c'è bisogno di persone flessibili e capaci di muoversi con agilità su tutti questi piani.

Per coltivare questa strategia programmate innesti ulteriori?
Questa è un po' la storia del real estate. Nel momento in cui ci è sembrato che l'immobiliare fosse diventato un settore nelle nostre corde, capace di produrre tante operazioni sofisticate con i grandi fondi internazionali, abbiamo deciso di puntare sul presidio della practice. E abbiamo portato a bordo un team di alta reputazione (si veda il box).

Oltre al real estate, ci sono altri fronti aperti?
Per ora no. C'è un settore potenzialmente molto interessante su cui stiamo investendo con risorse interne, che è quello della tokenization e in generale dei digital asset.

Quindi più che aggiungere altri pezzi alla struttura potrete rafforzare aree già presidiate? Ma non con lateral. Eppure il mercato si va concentrando...
A livello persone siamo il doppio di quanti eravamo cinque anni fa. Credo che siamo dimensionati per le esigenze attuali. La crescita la devi fare un po' spostando le persone da un'area a un'altra. Quando partirà il mercato della tokenization lo faremo con risorse interne. Non credo sia sempre necessario inserire professionisti dall'esterno.

> SIAMO INTERVENUTI SULLA SEMPLIFICAZIONE DELLA ORGANIZZAZIONE DEI DIPARTIMENTI CREANDO DUE MACRO TEAM PER CORPORATE E BANKING

Il focus sulla digitalizzazione è una frontiera strategica?
Assolutamente. Abbiamo costituito un hub dedicato al fintech e alla digital transformation che guido assieme al socio Ugo Orsini e ad Alessandro Tanno che conta in totale dieci professionisti appartenenti a practice diverse. L'obiettivo è quello di abbracciare il digitale in tutte le sue forme cercando di sintonizzare le nostre attività con le agende dei nostri clienti. Non solo finanza e deal ma anche trend e impatti sulle organizzazioni. Un esempio? Con Federica Barbero, head del dipartimento Employment & Incentives e Angela Bruno, stiamo lavorando ad un approfondimento sugli impatti dell'Artificial Intelligence sui dipartimenti Hr dei nostri clienti.

Mentre sul fronte legal tech?
Questo è un lavoro in corso. Ora sono nell'innovation steering group globale dello studio, un comitato che presiede alle legal operations. Da un lato lavoriamo sull'innovazione intesa in ottica futura per creare una cultura tech e di innovazione. Dall'altro poi stiamo lavorando all'implementazione di innovazioni che possono avere un effetto pratico immediato. L'obiettivo, qui, è rendere sempre più efficiente la nostra attività e riuscire a valorizzare al massimo le persone. Abbiamo appena lanciato a livello europeo la seconda edizione del nostro "Linkathon" per raccogliere idee e progetti legal tech mirati a ridefinire il rapporto tra avvocati e clienti in ottica di innovazione. Un circolo virtuoso che mette assieme clienti, studio legale e studenti.

CRESCE L'IMPORTANZA DEI TEAM MARKETING NEGLI STUDI LEGALI

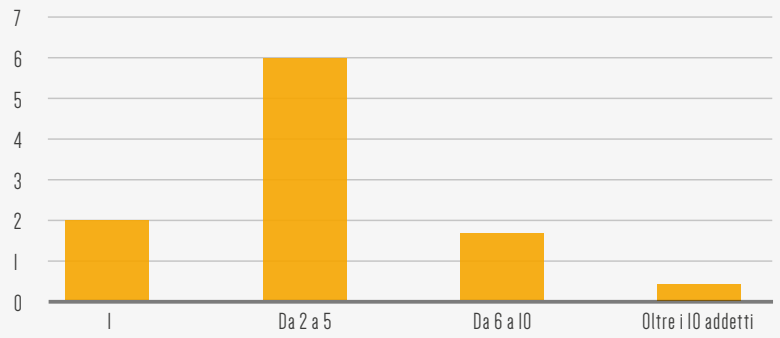
La ricerca curata da Mopi mette in evidenza che il 60% ha squadre composte da 2-5 persone. Sempre più spesso la funzione riporta al managing partner. Ma uno su tre non ha un budget

di nicola di molfetta

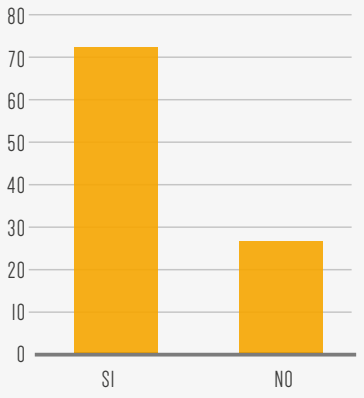
Marketing, comunicazione e business development (bd). Gli avvocati fanno sempre meno da soli. Cresce la presenza e la rilevanza delle funzioni dedicate a queste attività negli studi legali. In particolare in quelli d'affari. È una delle principali conclusioni che emergono dalla edizione 2021 della survey sul "Marketing negli studi legali" curata da Mopi – Marketing e organizzazione delle professioni.
«Nella fase post-pandemica – afferma **Gaia Francieri**, tra le fondatrici dell'associazione e sua presidente – i marketing manager hanno visto la loro sfera di attività espandersi. Per esempio, poiché la comunicazione interna è diventata cruciale, le organizzazioni hanno intrapreso molti progetti speciali, molti dei quali sono stati coordinati dal marketing e dalla comunicazione. Alcune realtà hanno implementato sofisticati software Crm, e questi progetti sono stati spesso coordinati dal dipartimento di marketing in tandem con il dipartimento It. I progetti di sostenibilità sono stati in gran parte guidati (60% come riportato dalla nostra ultima indagine) dal dipartimento di marketing stesso».

Quest'ultima notazione mette in evidenza una delle funzioni più nuove (e rilevanti) che le squadre dedicate a marketing e bd sono chiamate a svolgere nell'attuale assetto degli studi legali: essere le antenne capaci di intercettare i macro trend di mercato che possono avere rilevanza strategica per le strutture in cui operano e rispetto ai quali gli studi dovranno decidere se e come posizionarsi.
«Sicuramente la sostenibilità è un tema in cui la comunicazione e il bd sono coinvolti», riprende Francieri. Si tratta di una frontiera anche in termini di business. «La crescita dei servizi legali Esg è stimata a più del 100 per cento nei prossimi due anni, secondo Datamaran – ricorda Francieri, che è anche head of communication di Chiomenti –. Dall'altro è un tema interno di compliance che permette

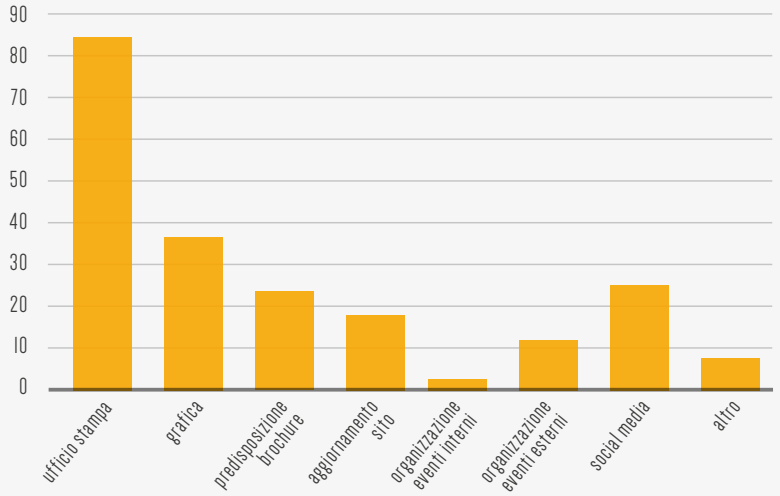
DIMENSIONI DEL TEAM MARKETING



LO STUDIO HA UN'AGENZIA ESTERNA?



SE SI, DI QUALI ATTIVITÀ SI OCCUPA L'AGENZIA ESTERNA?



Scenari
LEGALI

PUBLISHINGGROUP LC

IL VOSTRO PODCAST, LA VOSTRA VOCE

Le crisi sono grandi opportunità. In *Scenari Legali*, attraverso la voce dei protagonisti, proviamo a capire insieme il mondo di oggi e di domani in un momento di cambiamenti.

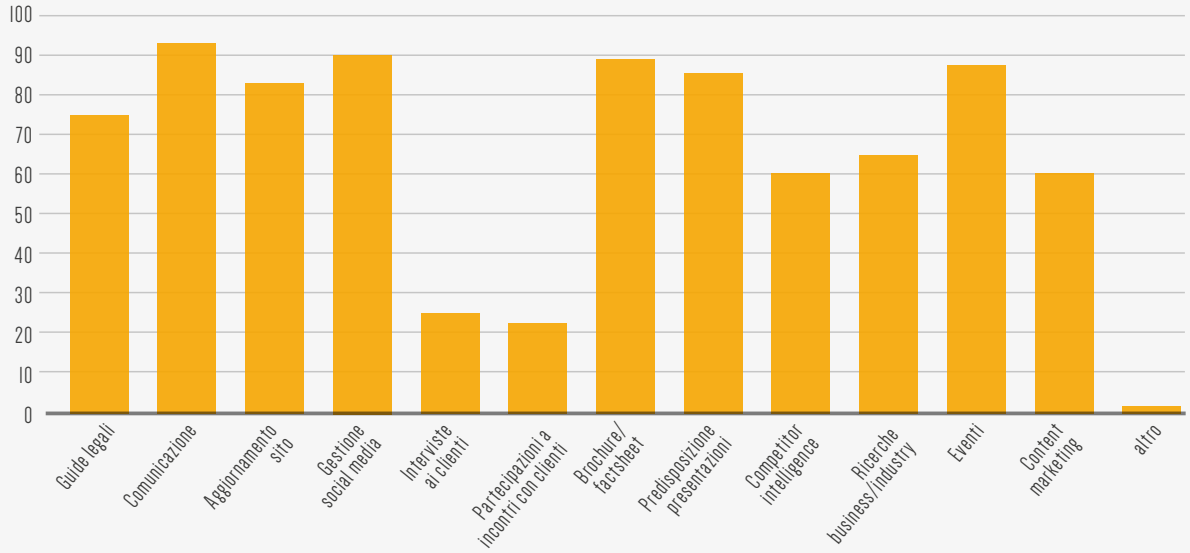
ASCOLTA LE PUNTATE ▶

Per informazioni: info@lcpublishinggroup.it • +39 345 5811743

di essere attranti per i *lateral hire* e i giovani avvocati, di accedere a gare pubbliche e selezioni da parte delle aziende che richiedono obiettivi di sostenibilità sempre più stringenti, da parte di fornitori e consulenti».

Anche per questo, il lavoro delle funzioni di marketing e business development richiede sempre più specializzazione. «Il marketing legale sta diventando sempre più complesso e richiede competenze e conoscenze interfunzionali – sottolinea Francieri –. Al giorno d'oggi non è più sufficiente utilizzare un solo strumento di comunicazione o un marketing mix relativamente semplice perché tutti i messaggi sono filtrati e distribuiti attraverso i motori di ricerca e i social media, quindi dobbiamo agire su più livelli e più strumenti».
Non è un caso, dunque, che il 76% dei rispondenti alla survey di Mopi (51 professionisti rappresentanti di circa 40 studi legali) abbia dichiarato di collaborare anche con un'agenzia esterna. Ufficio stampa, grafica e social media sono le aree di attività in cui le società di comunicazione sono più spesso ingaggiate dagli studi legali che comunque, con i loro team in house, si occupano di buona parte di queste attività impostando obiettivi e strategie. Tra le attività più interessanti svolte dagli uffici marketing ci sono, poi, quelle relative alla "competitor intelligence" (60%) e alle "ricerche su business e industry" (64%). L'assegnazione di questi compiti (anche se meno comune rispetto a quella relativa alle attività di comunicazione, aggiornamento sito, social media e brochure) dimostra che la strategicità del ruolo di queste strutture interne comincia a essere percepita in modo più marcato. A conferma di ciò può essere citato anche il dato relativo ai riporti: nel 60% dei casi, infatti, la funzione marketing e bd riferisce direttamente al managing partner dello studio legale.

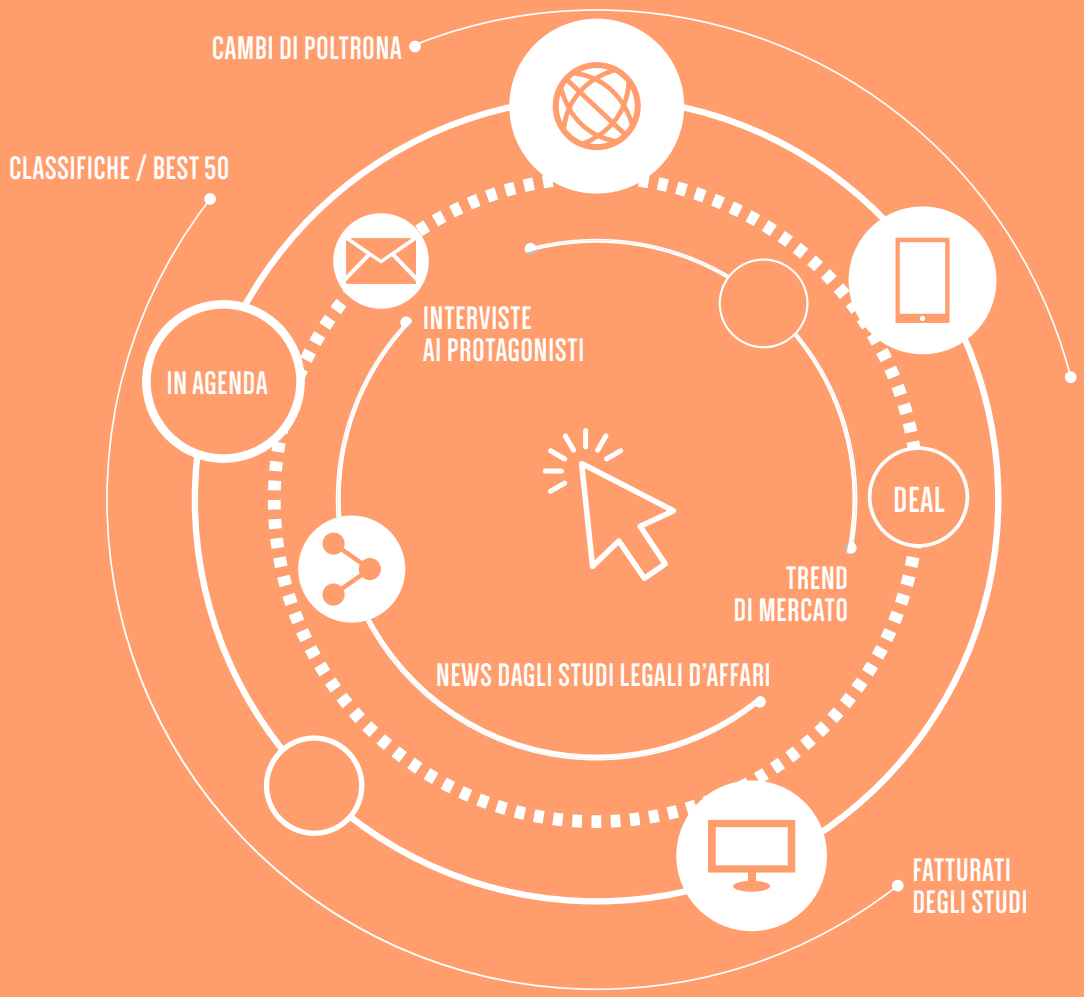
DI QUALI ATTIVITÀ SI OCCUPA L'UFFICIO MARKETING



LCPUBLISHINGGROUP

LEGALCOMMUNITY

Il primo strumento di informazione completamente digitale
sui protagonisti del mondo Legal in Italia

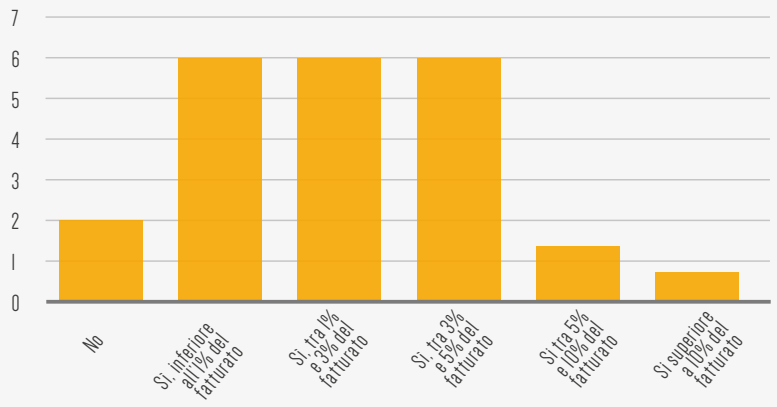


Seguici anche
sui nostri canali social

Iscriviti alla newsletter
e resta in contatto

www.legalcommunity.it

LO STUDIO HA UN BUDGET MARKETING?

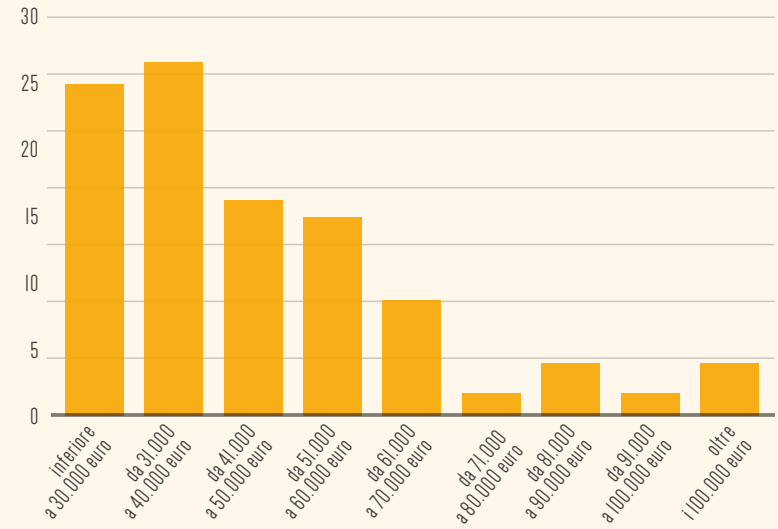


L'IDENTIKIT

IL PROFILO DI UNA CLASSE PROFESSIONALE

Ma chi sono i professionisti del marketing degli studi legali?
La survey di Mopi consente di di tratteggiare il profilo di questi specialisti. Da qui emerge che il 62% dei rispondenti hanno da 6 a 20 anni di esperienza lavorativa. E che un buon 68% lavora nel mondo legale da altrettanto tempo.
Nel 94% dei casi, queste figure sono assunte a tempo indeterminato e in un caso su quattro hanno una retribuzione annua compresa tra i 31 e i 40mila euro. I più pagati superano anche i 100mila euro annui ma rappresentano solo il 4% dei rispondenti. Nel 76% dei casi, questi professionisti sono sottoposti a una valutazione di fine anno cui può seguire l'assegnazione di un bonus o di un aumento di stipendio. In un caso su due, tale bonus è di una mensilità.

QUAL È IL TUO STIPENDIO ANNUALE (SOLO RAL SENZA BONUS)



Ma non è tutto oro quello che luccica. La ricerca per esempio mette in evidenza che solo nel 22% dei casi i professionisti dei team marketing e bd vengono coinvolti negli incontri con i clienti ed appena nel 24% dei casi sono incaricati di svolgere interviste rivolte a questi.
«Credo fermamente che mettere il cliente al centro sia l'unico modo per far crescere il business di uno studio – dice Gaia Francieri –. Più conosciamo i nostri clienti, più efficaci e redditizie saranno le nostre relazioni con loro. Dal momento che gli studi legali devono implementare una strategia incentrata sul cliente per avere successo, i responsabili del marketing devono essere coinvolti nelle strategie di crescita dello studio fin dall'inizio, idealmente, dovrebbero sedere nel Comitato Strategico dello studio per garantire che tutte le politiche attuate dallo studio siano coerenti con il "mettere il cliente al centro"» e più in generale con la strategia dell'organizzazione.
E forse e proprio questa mancanza che spiega come mai, tra i rappresentanti dei team marketing e bd degli studi interpellati, il 30% dichiara ancora di non avere un budget dedicato. Il che non vuol dire che ci siano degli studi che non spendono in iniziative di marketing pur avendo un team a ciò preposto, bensì significa che in ancora troppi casi la spesa su questo fronte non rientra in una programmazione strategica ma è slegata ed episodica, per non dire improvvisata.
Tra i professionisti che invece dichiarano di avere un budget di spesa assegnato alle attività di marketing, la percentuale maggiore (32%) afferma che questa somma si attesta tra l'1 e il 3% del fatturato dello studio legale.

Marketing Awards 2021

I VINCITORI

SFOGLIA LA FOTOGALLERY

I PROTAGONISTI DEL SETTORE
SONO STATI CELEBRATI
IN UNA ESCLUSIVA SERATA DI GALA

Al Four Season Hotel di Milano si sono tenuti i Legalcommunity Marketing Awards 2021, l'occasione per omaggiare i team e i professionisti del mondo del marketing e della comunicazione negli studi legali.

La serata si è aperta con la presentazione dei risultati di una survey curata da Mopi e intitolata "Marketing negli studi legali", ad opera della presidente di Mopi Gaia Francieri e del direttore di MAG e di Legalcommunity.it Nicola Di Molfetta.

A seguire, si è svolta la premiazione dei professionisti e dei team comunicazione e marketing che più si sono distinti nell'ultimo anno.

Durante la cerimonia sono stati conferiti i seguenti premi:

PROFESSIONAL OF THE YEAR

MICOL SCABBIA
Clifford Chance

TEAM OF THE YEAR – ITALY

ADVANT NCTM

Da sinistra: Malika Sahi, Valentina Urbano, Francesca Blegi, Serena Rottoli, Leonardo Vitale

TEAM OF THE YEAR – FRANCE

ADVANT ALTANA

Dominique Chanteux Gillet - ADVANT Altana

TEAM OF THE YEAR – GERMANY

ADVANT BEITEN

Timm Luecke - ADVANT Beiten-

Professional of the Year

PROJECT LEADERSHIP

FABRIZIO MECOZZI
ADVANT

Gaia Francieri - Presidente MOPI

TEAM OF THE YEAR – SPAIN

URÍA MENÉNDEZ

Dionisio Uría Ronsmans - Uría Menéndez

TEAM OF THE YEAR – PORTUGAL

PLMJ

Da sinistra: Daniela Amaral, Alexandra Almeida Ferreira

Team of the Year

BUSINESS DEVELOPMENT

BONELLIEREDE

DLA PIPER

HOGAN LOVELLS

LINKLATERS

PIROLA PENNUTO ZEI & ASSOCIATI

Annalisa Tenti e Marco D'Angelo

Professional of the Year

BUSINESS DEVELOPMENT

MARCO D'ANGELO
BonelliErede

FABRIZIO GENZIANI
Hogan Lovells

KATRINA MALCOLM
DLA Piper

MARCO VISAGGIO
Linklaters

Team of the Year

SOCIAL MEDIA

CHIOMENTI

LCA

LEGANCE

SIMMONS & SIMMONS

TOFFOLETTO DE LUCA TAMAJO

Da sinistra: Nicholas Scalino, Danja Giacomin, Maria Abbatescianni, Nadine Zurli e Leonardo Piersanti

Professional of the Year

SOCIAL MEDIA

ANNE CARRION
Toffoletto De Luca Tamajo

SARAH FAVARO
Simmons & Simmons

GAIA FRANCIERI
Chiomenti

MARTA MILANI
LCA

ELIZA ZETTI
Legance

Da Sinistra: Samanta Amati, Valentina Cadoppi, Marta Milani, Enrico Montanari

Team of the Year

COMMUNICATION & MEDIA RELATIONS

BONELLIEREDE

CARNELUTTI

DENTONS

GIANNI & ORIGONI

LEGANCE

ORRICK

Da sinistra: Anna Ciccchiné Barbara Oliveri, Stefania Murri

Professional of the Year

COMMUNICATION & MEDIA RELATIONS

MARIA ABBATESCIANNI
Chiomenti

FRANCESCA DE MORI
BonelliErede

ROBERTA DE MATTEO
Orrick

BARBARA OLIVIERI
Gianni & Origoni

ELISA ZETTI
Legance

Team of the Year

EVENTS

BIRD & BIRD

CARNELUTTI

DENTONS

GATTI PAVESI BIANCHI LUDOVICI

LATHAM & WATKINS

Da sinistra: Silvia Seccareccia, Valentina Scalabrini

Professional of the Year

EVENTS

ARIANNA BERTOLA
Dentons

SERENA BOLCANO
Carnelutti

FRANCESCA RICCI
Gatti Pavesi Bianchi Ludovici

VALENTINA SCALABRINI
Latham & Watkins

Team of the Year

PITCH

BIRD & BIRD

CHIOMENTI

DENTONS

LEGANCE

Da sinistra: Daniela Morante, Arianna Bertola, Giorgia Bragalanti, Virginia Abrigo, Jianchao Xue, Riccardo Colarusso

Professional of the Year

PITCH

ARIANNA BERTOLA
Dentons

SEBASTIANO DI STEFANO
Pedersoli

GAIA FRANCIERI
Chiomenti

RAQUEL ROYO
Bird & Bird

ELISA ZETTI
Legance

Professional of the Year

PROJECT MANAGEMENT

DANIELA MORANTE
Dentons

Team of the Year

INTERNAL COMMUNICATION

CARNELUTTI

DELOITTE LEGAL

LEGANCE

SIMMONS & SIMMONS

Da sinistra: Chiara Scotti, Elisa Zetti, Carolina Braschi

Professional of the Year

INTERNAL COMMUNICATION

SERENA BOLCANO
Carnelutti

VALERIA CAVALLO
Deloitte Legal

SARAH FAVARO
Simmons & Simmons

ELISA ZETTI
Legance

Team of the Year

PRICING

BONELLIEREDE

CASTALDIPARTNERS

DENTONS

LINKLATERS

ORRICK

Da sinistra: Riccardo Colarusso, Jianchao Xue, Giorgia Bragalanti, Virginia Abrigo, Arianna Bertola

Professional of the Year

PRICING

FLAVIA CASSARÀ
Dentons

MARCO D'ANGELO
BonelliErede

FABRIZIO GENZIANI
Hogan Lovells

MARCO VISAGGIO
Linklaters

Team of the Year

ADVERTISING

ANDPARTNERS

LABLAW

PONTI & PARTNERS

TOFFOLETTO DE LUCA TAMAJO

Sara Moroni

Professional of the Year

ADVERTISING

ANNE CARRION
Toffoletto De Luca Tamajo

SARA MORONI
AndPartners

MICHELA ZITA
LabLaw

Team of the Year

CRM

BIRD & BIRD

DLA PIPER

HOGAN LOVELLS

PIROLA PENNUTO ZEI & ASSOCIATI

Da sinistra: Luzio Codagnone, Vassilij Noventa

Professional of the Year

CRM

SONIA CABRAS
Bird & Bird

LUZIO CODAGNONE
Pirola Pennuto Zei & Associati

FABRIZIO GENZIANI
Hogan Lovells

Team of the Year

SUBMISSION

ALLEN & OVERY

BIRD & BIRD

LEGANCE

PEDERSOLI

SIMMONS & SIMMONS

Da sinistra: Sonia Cabras, Raquel Royo Ibañez, Annalisa Soccio

Professional of the Year
SUBMISSION

SEBASTIANO DI STEFANO
Pedersoli

SARAH FAVARO
Simmons & Simmons

RAQUEL ROYO
Bird & Bird

CLARE WESTALL
Allen & Overy

ELISA ZETTI
Legance

Loretta Lanci ritira il premio per Clare Westall

Team of the Year
KNOWLEDGE MANAGEMENT

ANNUNZIATA & CONSO

GATTAI, MINOLI, PARTNERS

GIM LEGAL

LCA

Da sinistra: Cinzia Cardenio, Rita Veronesi

Professional of the Year
KNOWLEDGE MANAGEMENT

CINZIA CARDENIO
Gattai, Minoli, Partners

PAOLA GARRONE
Annunziata & Conso

MARTA MILANI
LCA

GIOVANNI SANNA
GIM Legal

Paola Garrone e Donato Varani

Team of the Year

INNOVATION MANAGEMENT

ADVANT NCTM

CLIFFORD CHANCE

DLA PIPER

ORRICK

TOFFOLETTO DE LUCA TAMAJO

Da sinistra: Anne Carrion, Mirko Galante, Valentina De Girolamo

Professional of the Year

INNOVATION MANAGEMENT

FRANCESCA BALDUSSI
Clifford Chance

ANNE CARRION
Toffoletto De Luca Tamajo

ROBERTO DE MATTEO
Orrick

KATRINA MALCOLM
DLA Piper

Team of the Year

LEGALDESIGN

DELOITTE LEGAL

LA SCALA SOCIETÀ TRA AVVOCATI

LCA

RP LEGAL & TAX

Da sinistra: Alice Scalcon, Roberta Zanon, Gisella Reda, Claudia Redaelli

Professional of the Year

LEGALDESIGN

VALERIA CAVALLO
Deloitte Legal

MARCO GIACOMELLO
RP Legal & Tax

MARTA MILANI
LCA

GISELLA REDA
La Scala Società tra Avvocati

Best Practice

RISING STAR

CARNELUTTI

Da sinistra: Serena Bolcano e Marta Canali

Best Practice

MARKETING SUSTAINABILITY PROJECT

MARTA CALZAVACCA
Rödl & Partners

Da sinistra: Daniele Gennaro, Marta Calzavacca e Chiara Gandin

WITHERS spinge sull'acceleratore: «A MILANO C'È GRANDE EUFORIA E ATTRAZIONE DEI TALENTI»

MAG intervista Roberta Crivellaro, Giulia Cipollini e il nuovo socio Stefano Grilli

di francesco bonaduce

ROBERTA CRIVELLARO

GIULIA CIPOLLINI

STEFANO GRILLI

CLICCA QUI PER GUARDARE IL VIDEO

Il 2021 è stato l'anno in cui Withers Worldwide ha spento 125 candeline. Una lunga storia che, come spiega la managing partner e Head of the Italian Practice, **Roberta Crivellaro**, è legata da un filo rosso: «L'obiettivo è seguire gli individui, le famiglie e le imprese di successo». Per continuare a farlo, restando al passo con le esigenze del mercato, il ramo italiano della firm – che conta 19 studi tra Usa, Europa e Asia – punta sulla espansione delle competenze nel family business, corporate tax e proprietà intellettuale. «In questa linea di strategia – conferma Crivellaro – si collocano i recentissimi ingressi di **Stefano Grilli**, con tutta la sua squadra, a capo del Corporate tax department. E anche di **Davide Leiballi**, che arriva a ingrossare le fila del team IP. Nel tax, e nel corporate in generale, era necessario un rafforzamento delle nostre competenze in Italia. Inoltre, Grilli ha anche un bagaglio internazionale di grandissimo rispetto. Per quanto riguarda la *Intellectual property*, moltissimi nostri clienti sono alla ricerca di investimenti in hi-tech, in *brands made-in-Italy* e hanno bisogno di assistenza dedicata. Senza contare il tema della privacy, che con la pandemia ha avuto un picco importante».
Stefano Grilli arriva da Gianni & Origoni, studio in cui era co-head del team tax, e porta con sé un gruppo di 5 persone, tra colleghi e colleghe. Il professionista va ad affiancare nella gestione del dipartimento la partner **Giulia Cipollini**. MAG ha chiesto ai due – Cipollini e Grilli – quale sia l'apporto dei nuovi ingressi, in termini di competenze e sinergie. Giulia Cipollini rivendica il già ricordato secolo e un quarto di storia: «Da 125 anni, Withers è lo studio di riferimento per la gestione dei grandi patrimoni e delle diverse tematiche fiscali e legali legate agli *High net worth individuals* [*HNWIs*, individui ad alto patrimonio netto, *ndr*]. Avere Stefano Grilli e il suo team con noi, ci permetterà di seguire i nostri clienti in tutto l'iter dei loro investimenti, rafforzandoci sulle principali tematiche corporate, sia a livello domestico che internazionale». Le fa eco lo stesso Stefano Grilli: «L'esperienza e la storia di Withers sono un tassello importante per potenziare i servizi che vogliamo offrire ai nostri clienti. La presenza internazionale, particolarmente radicata nella cultura e nella tradizione di Paesi come Gran Bretagna, Singapore, Cina e Stati Uniti, è un unicum che possiamo offrire ai clienti corporate, proponendo loro nuove opportunità, nuovi mercati, nuove prospettive».

> MILANO GIÀ PRIMA DELLA PANDEMIA GODEVA DI UN MOMENTO DI GRANDE EUFORIA E ATTRAZIONE DEI TALENTI. IN QUESTO RIMANE UNA CITTÀ FONDAMENTALE NELLA STRATEGIA DI WITHERS
>
> ROBERTA CRIVELLARO

A proposito di mercato e sfide future, è proprio Grilli a spiegare l'approdo a Withers: «È stato un passo importante per il mio team. Sentivamo la necessità di entrare in una prospettiva veramente internazionale. Vogliamo portare ai nostri clienti le migliori opportunità di ciascun Paese, con una consapevolezza e penetrazione del territorio, che il private capital spinge ai livelli più alti». Anche Giulia Cipollini sottolinea il valore aggiunto di un approccio multi-giurisdizionale: «I clienti di Withers sono tipicamente clienti con interessi, investimenti e legami personali in molteplici giurisdizioni.
I loro nomi sono presenti in tutte le analisi del mercato Wealth di Stati Uniti, Latin America, Asia, Gran Bretagna e naturalmente Europa, in senso esteso, inclusa la Russia. La pianificazione fiscale è parte cruciale della assistenza agli HNWIs e nella strutturazione dei loro progetti di investimento. Le competenze e l'esperienza *corporate tax* del team di Stefano ci stanno permettendo di accrescere e consolidare la nostra leadership sul mercato». «A differenza del passato – prosegue Cipollini – gli HNWIs tendono a gestire in maniera sempre più attiva e professionale il proprio patrimonio, anche tramite le loro strutture di family office. Inoltre, Withers si è affermato a livello globale come law firm che assiste *talents and successfull entrepreneurs*, in vari settori (dall'arte, alla musica, allo sport, al fashion). Sempre di più, i *wealthy individuals* hanno

Is the **largest specialist legal publisher** across **Southern Europe** and **Latin America** with the acquisition of the majority share in

LC srl
Operational office: Via Savona 100 | 20144 Milan
Registered office: Via Tolstoi 10 | 20146 Milan
Tel. + 39 02 36727659

DAVIDE LEIBALLI

la necessità di pianificare accuratamente i propri business e di essere assistiti nei loro progetti di espansione a livello internazionale, anche con riferimento a nuove tematiche (quali ad esempio dei digital assets, blockchain, cryptocurrencies, etc). Nonostante i suoi 125 anni, Withers è sempre stata in grado di innovarsi e anticipare nuovi trends del mercato e le esigenze dei propri clienti anche attraverso la creazione di gruppi di lavoro dedicati».
A proposito dell'organizzazione del lavoro, aspetto interessante è capire come i nuovi ingressi verranno integrati negli ingranaggi degli uffici italiani dello studio. Cipollini dà la propria visione: «Withers ha nel suo DNA uno stile di leadership diffuso e inclusivo, e non rigidamente piramidale. Ha sempre sostenuto e valorizzato i propri talenti, con specifica attenzione alla creazione di dedicati percorsi di crescita interna, verso la partnership, attraverso un corso interno di "future leadership" volto a trasmettere la vision e i valori della nostra firm alle future generazioni di leaders». A questo riguardo, lo sguardo di Grilli è

> WITHERS HA NEL SUO DNA UNO STILE DI LEADERSHIP DIFFUSO E INCLUSIVO, E NON RIGIDAMENTE PIRAMIDALE
>
> GIULIA CIPOLLINI

> LA PANDEMIA HA ACCELERATO LA SELEZIONE DELLE STRUTTURE ORGANIZZATIVE PIÙ ADATTE AD AVERE UN IMPATTO POSITIVO SUL FUTURO
>
> STEFANO GRILLI

rivolto alle sfide che attendono Withers nei prossimi anni: «La pervasività nei diversi continenti, unita a sinergie cross-border tra i vari team è potenziata da una cultura aziendale basata sulla collaborazione e la visione a medio e lungo termine. La pandemia ha accelerato la selezione delle strutture organizzative più adatte ad avere un impatto positivo sul futuro. Poter contribuire a disegnarlo con colleghi e clienti internazionali, non nascondo, mi regala ancora più energia».
Un'accelerazione che ha portato Withers ad aprire nuovi uffici: a Boston, decima sede negli Usa, ma anche in Asia ed Europa. L'ufficio di Milano punta a ricavarne un rinnovato ruolo strategico. Per Cipollini, in questo percorso di crescita si inserisce anche l'ingresso di Davide Leiballi: «Milano collaborerà sia con i colleghi del Far East che, ad esempio, con l'ufficio di Boston, molto forte nell'area IP e in settori sempre più importanti come quello life science. Nel post-Brexit, Milano si pone anche come un punto di riferimento sempre più rilevante a livello europeo, e in strettissima collaborazione con Londra».
Dici Londra e pensi Brexit. Per la managing partner, Roberta Crivellaro, il tema è già stato ampiamente superato da Withers: «Siamo uno studio internazionale: un terzo del nostro fatturato dipende dagli Stati Uniti. Brexit è sicuramente stato un passaggio importante nella storia dello studio, ma non così *disrupting* come si potrebbe pensare. Milano già prima della pandemia godeva di un momento di grande euforia e attrazione dei talenti. In questo è e rimane una città fondamentale nella strategia di Withers». «Una strategia – conclude Crivellaro – che prevede la valorizzazione del *made-in-Italy* e l'attrazione di investitori stranieri e degli ultra-HNWIs, che trovano nell'Italian lifestyle il naturale punto di approdo».

BILANCI DELLE SOCIETÀ DI CALCIO, CI RISIAMO?

di gian marco committeri*

Dalle notizie di stampa si è appreso che la FIGC, tramite la Covisoc (Commissione di Vigilanza sulle Società di Calcio), avrebbe tramesso alla Procura Federale una relazione sulle plusvalenze realizzate dalle società di calcio negli ultimi anni. Il sospetto è che si tratti di proventi che passono essere stati "alterati" attraverso scambi di calciatori a valori superiori a quelli di mercato. Lo schema è semplice: una transazione in cui non ci sia un pagamento in denaro ma, in sostanza, una permuta, si presta ad essere perfezionata a valori superiori senza che nessuno ci rimetta, anzi garantendo a entrambe le società un beneficio. Questo almeno, nell'immediato. E già perché se due club si scambiano due calciatori che valgono 10 (e sono iscritti in bilancio ad un valore residuo di 2) ma stabiliscono che il prezzo (di entrambi) è di 50 che succede? Semplice: la plusvalenza che realizzano (entrambi i club) è di 48 (anziché di 8) e il bilancio dell'esercizio in corso è salvo.
Ma poi? Poi accade che quel costo (ossia la valutazione del giocatore in entrata) dovrà essere addebitato al conto economico degli esercizi successivi attraverso la procedura di ammortamento. Dovrebbe essere chiaro che, così facendo, il club (a parità di altre condizioni) avrà un bisogno sempre crescente di plusvalenze che diventano quindi una "droga" necessaria. Ma la speranza (dei gestori dei club) è che accada qualcosa di straordinario che rimetta i conti a posto. Una giovane

promessa da vendere a peso d'oro (magari in Premier League) oppure una qualificazione in Champions League o una promozione in Serie A. Altrimenti? Altrimenti sono guai, spesso seri. L'importante, però, è che nessuno si scandalizzi più per queste situazioni perché già 20 anni fa il contesto era drammatico e ci volle una legge dello stato per evitare un sostanziale *defalut* del calcio italiano. Si trattò del decreto "salva-calcio" o "spalma-debiti" (D.L. n. 282 del 24 dicembre 2002) che, in deroga ai principi di redazione del bilancio, consentì alle squadre di calcio di capitalizzare (ossia iscrivere nell'attivo dello stato patrimoniale) le perdite rappresentate dalle svalutazioni del valore dei calciatori, ammortizzando quell'onere in 10 anni. Le svalutazioni furono comprese tra il 50 ed il 90 per cento del valore dei calciatori, senza la "spalmatura" delle perdite la maggior parte dei club avrebbe dovuto portare i libri in tribunale.

E da cosa erano state generate quelle perdite? Da una riduzione generalizzata di valore degli asset (calciatori)? No, perché il valore medio complessivo (di mercato) dei calciatori è sempre salito nel tempo. Erano, invece, frutto di valori artificiosamente incrementati attraverso operazioni di permuta a valori fuori dal mondo. Esattamente quello che sembrerebbe accadere anche oggi. Stavolta, però, non arriverà una norma che consenta di redigere bilanci sostanzialmente falsi (che non sarebbe ammessa dalla UE che già contrastò, giustamente, la norma del 2002). Piuttosto, è necessario che si indaghi seriamente e si individuino soluzioni strutturali che impongano (sul serio) un equilibrio economico-finanziario ai club cui corrisponderebbe, peraltro, anche una competizione sportiva più equa e sana, non proprio un elemento secondario nello sport.

La soluzione non è semplice e non può essere trattata in questa sede ma, di certo, sarebbe già un passo avanti prevedere che trasferimenti di calciatori a prezzi "anomali" siano oggetto di attenzione immediata da parte delle autorità proposte. Magari prevedendo sanzioni pecuniarie significative irrogate dalla FIGC, almeno così si imporrebbe ai club (se non vogliono accettare di pagare le sanzioni, queste sì in denaro contante) di spiegare come si fa a vendere (*rectius:* valutare) un ragazzo che non ha mai giocato in serie A come un campione d'Europa. E non si dica che non esiste un valore oggettivo di mercato. Il mercato esiste sempre, basta individuarlo e monitorarlo correttamente. Lo fanno, e bene, da anni, tanti calciofili nel Fantacalcio, lo dovrebbe poter fare anche la FIGC nel calcio che conta.

**Partner di Alonzo Committeri & Partners*

FIDEAL: IL CONTENZIOSO COME ASSET CLASS

MAG intervista Davide De Vido, fondatore della società che punta a diffondere il third party funding in Italia. «Vedo dei margini: questo strumento ha cambiato pelle»

DAVIDE DE VIDO

«Il mio proposito è quello di diffondere anche in Italia il finanziamento del contenzioso». Parla **Davide De Vido**, a.d. di Fideal, società che dal 2019 fornisce servizi legati al third party funding (tpf). Su Legalcommunity.it abbiamo raccontato come questo strumento stia incontrando diverse resistenze nel nostro Paese. Ma c'è chi, come l'avvocato De Vido, non si dà per vinto: «Abbiamo iniziato un percorso al fine di importare il *tpf* in Italia, cercando di rendere fruibile questo strumento in un contesto che non è quello Uk o Usa, ma quello italiano. Ogni mercato, ogni Paese ha contenziosi propri, con proprie peculiarità».

Per cominciare: in cosa consiste il vostro lavoro?
La prima attività è quella di divulgazione: come tutti i prodotti, anche il *tpf* deve prima essere conosciuto. Recentemente, abbiamo inserito l'attività di advisoring, che è il nostro servizio principale. Assistiamo studi legali e imprese in tutto il percorso di fundraising. Le prime richieste arrivano per contenziosi importanti, in termini di valore. Stiamo lavorando su 4/5 posizioni con partner stranieri. E poi abbiamo cominciato un'attività di scouting, reperimento e valutazione di contenziosi più piccoli, sui quali consideriamo se investire direttamente. Cerchiamo poi di attrarre soggetti interessati a investire. Vorremmo trasformare il contenzioso in un *asset class*, una forma di investimento alternativo. Con un occhio, naturalmente, all'eticità delle controversie.

IL PROCESSO DI SELEZIONE DEI CASI È RIGOROSO, SIA NELL'INDIVIDUARE LE COMPETENZE DEGLI AVVOCATI, SIA LA MERITEVOLEZZA E LA SOLIDITÀ DELLE CONTROVERSIE

Eticità, in che senso?
Il finanziamento del contenzioso non vuole essere uno strumento che agevoli o incentivi le cause bagatellari o pretestuose. Il processo di selezione dei casi è rigoroso, sia nell'individuare le competenze degli avvocati, sia la meritevolezza e la solidità delle controversie. Prima che un fondo o la stessa Fideal possa investire in una causa, è importante capire che tipo di causa è, quali prospettive ha. Se ne ricava una sorta di *second opinion*, un punto di vista terzo, che può essere utile anche a studi legali e imprese sulle cause in corso e sui loro possibili esiti. Insomma, è vero che il *tpf* si rivolge in prima battuta a coloro a cui mancano le risorse economiche per poter affrontare un giudizio e serve proprio a cercare queste risorse. Ma può servire anche da "filtro": qualcuno può essere disincentivato a proseguire l'azione. Vogliamo mettere questo strumento al servizio dell'intero sistema-giustizia.

Eppure, finora non sembra decollare nel nostro Paese...
Il problema è che oggi i principali operatori del settore sono stranieri e puntano a contenziosi che richiedono investimenti elevati. Ma il taglio del contenzioso medio italiano è più "retail". Come Fideal, stiamo lavorando per far conoscere lo strumento e renderlo fruibile alla platea di studi legali e imprese anche in Italia. Facciamo una prima selezione delle cause che ci vengono proposte. Poi, a nostra volta, le proponiamo ad altri investitori, che sono da subito "istruiti" sul fatto che il modello di business del *tpf* viene adattato al mercato italiano.

A livello di soldi, quando conviene a un fondo finanziare un contenzioso?
Per mettere in piedi un'operazione che sia profittevole per tutti i soggetti coinvolti – cliente, patrocinatore e fondo – parliamo di investimenti che devono essere almeno intorno ai 150-200mila euro. Posizioni ancora abbastanza importanti. Ma vedo dei margini: nel giro di un paio d'anni questo strumento ha cambiato pelle. Prima l'offerta era abbastanza rigida, mentre adesso si apre anche a soluzioni intermedie. Ad esempio, in Italia alcuni chiedono se sia possibile ottenere un investimento per "coprire" solamente le spese o solo il rischio di soccombenza. Il *tpf* è oggi uno strumento più duttile. Così, i valori in gioco potrebbero scendere.

Dal webinar organizzato dal Centro Studi Tpf, in collaborazione con LCA studio legale, risultava che molte delle resistenze dipendono anche dal sistema del processo italiano. Che ne pensa?
Questo vale soprattutto se ci rivolgiamo agli stranieri, che hanno una visione non particolarmente gradevole della giustizia italiana. Un sistema farraginoso, lungo, con problematiche ormai note. Ma noi vogliamo stare tra gli operatori *made-in-Italy*. Conosciamo il nostro sistema e le problematiche nel proporre e valutare l'investimento. Aggiungo che il Pnrr dovrebbe dare un incentivo al sistema, con la riforma della giustizia. Potrebbe essere un terreno fertile per aprire la porta al *tpf*. E quindi dare a imprese e studi legali uno strumento in più per ottenere la tutela dei propri diritti.

C'è un'evoluzione in atto in tal senso nel mercato italiano?
Mi piace anche pensare che ci sia la volontà di evolvere. I fondi in tutto il mondo stanno destinando enormi risorse all'investimento nel contenzioso. Non vedo perché ciò non possa accadere anche in

LCPUBLISHINGGROUP

LEGALCOMMUNITY
ITALIAN AWARDS

5TH EDITION

SAVE THE DATE
14.07.2022

MILAN

Per candidarsi: juicy.onugha@lcpublishinggroup.it - 02 36727659
Per informazioni: martina.gavioli@lcpublishinggroup.it - 02 36727659

#LcItalianAwards

Italia. I nostri interlocutori principali, oggi, sono gli studi legali. Questo strumento può essere utile, oltre che ai clienti, anche agli studi stessi. Quante volte gli avvocati hanno sulle scrivanie casi meritevoli, ma i clienti sono spaventati per i costi, per le tempistiche... Il *tpf* potrebbe anche aiutare lo studio a riposizionarsi, offrendo al cliente un punto di vista diverso.

IL PROBLEMA È CHE OGGI I PRINCIPALI OPERATORI DEL SETTORE SONO STRANIERI E PUNTANO A CONTENZIOSI CHE RICHIEDONO INVESTIMENTI ELEVATI

Parlando del suo percorso professionale, come è arrivato a interessarsi al *tpf*?
Sono avvocato da 20 anni. Ma devo dire che l'attività con Fideal mi ha dato nuovo slancio verso la professione. L'avvocatura oggi è in difficoltà. Penso ai colleghi che si cancellano, ai tantissimi che hanno fatto domanda al concorso per l'ufficio del processo. Certo, quello che proponiamo non sarà la panacea di tutti i mali. Ma potrebbe dare a uno studio, piccolo o medio, uno strumento in più per consolidarsi. Quante volte si fa fatica a incassare le parcelle... Grazie a questa attività di valutazione e investimento, l'avvocato potrebbe smettere di fare il contabile e tornare a svolgere il proprio mestiere.

Questo dal punto di vista degli avvocati. E per il sistema nel suo complesso?
La valutazione deve essere sempre etica e, aggiungo, sostenibile. Il *tpf* non deve essere confuso con un "permettiamo al mondo intero di fare causa". È l'esatto contrario. Proprio perché se si perde, noi perdiamo soldi e l'investitore perde soldi: deve essere una causa dalle solide motivazioni. Poi, chiaro, l'alea fa parte del processo. Un sistema che funziona, che permette a persone e imprese di avere tutela dei diritti con pari accesso alla giustizia, genera un sistema sostenibile. *(f.b.).*

LO STRUMENTO

ANCORA POCO USATO IN PROCESSI E ARBITRATI IN ITALIA

Il *tpf* è uno strumento nato nei paesi di common law. Permette a un terzo – di solito un fondo – di finanziare le spese di una parte coinvolta in processi o arbitrati. Il tutto, in cambio di una fetta del credito ottenuto in caso di vittoria finale. Secondo una nota diffusa a fine ottobre 2021 dalla **Camera arbitrale di Milano**, anche nell'arbitrato emerge un utilizzo limitato del *tpf* (3-4 casi). In vista di un uso maggiore, nell'ottica di trasparenza nella scelta degli arbitri, nel 2020 è stato introdotto un articolo dedicato al *tpf* nel **Regolamento** della Camera arbitrale. Prevede l'obbligo di rendere nota l'esistenza del finanziamento e le generalità del finanziatore, sia alla controparte sia al tribunale arbitrale.

Parla Sebastiano Zimitti, general counsel di Chiomenti che racconta, a tre anni dalla sua nomina, l'importanza del ruolo in uno studio legale: «Il mio mandato è quello di garantire coerenza, avendo una visione d'insieme di policy e procedure»

Sono passati tre anni da quando Chiomenti ha introdotto la funzione di general counsel (gc), affidandola all'ex socio **Sebastiano Zimmitti** (qui la news e qui l'articolo di approfondimento dedicato alla notizia su MAG 110). Si è trattato di una novità assoluta per il mercato dei servizi legali italiani, poiché nessuna insegna si era mai dotata prima – e stando all'osservatorio di *inhousecommunity.it* non lo ha fatto nemmeno oggi – di un avvocato che gestisse in maniera esclusiva le esigenze interne legali

UN GC TRA GLI AVVOCATI: ECCO PERCHÉ FUNZIONA

SONO CONVINTO CHE TUTTI GLI STUDI LEGALI DI MEDIE E GRANDI DIMENSIONI DOVREBBERO AVERE UN GENERAL COUNSEL

e di compliance. Questa scelta però ha pagato. E a dirlo a MAG è proprio Zimmitti. «Una persona dedicata full-time alla gestione di queste attività ha portato almeno tre vantaggi: anzitutto, maggiore velocità di risposta rispetto a tematiche legali e organizzative; in secondo luogo, un risparmio economico importante visto che ha consentito ai professionisti di dedicarsi maggiormente ai clienti e alle *billable hours*; infine, garantisce un supporto indipendente rispetto a chi prende le decisioni (i managing partner e il comitato strategico, *ndr*)», dice. Alla domanda se sia stato complesso inserire un ruolo simile all'interno di una struttura composta principalmente da avvocati e se, nel farlo, abbia dovuto contrastare diffidenze, il professionista risponde: «No, lavoro in Chiomenti dal 1996, dunque non solo conosco bene tutti, ma ho anche acquisito la giusta esperienza che serve per esercitare la funzione. Inoltre, la mia nomina si è inserita in un processo più ampio di "managerializzazione" dello studio, con la nomina di varie figure a supporto dei professionisti (oltre al gc Chiomenti ha nominato una responsabile risorse umane e talent development, **Costanza Citrini** e un responsabile IT, **Davide Albanese**, *ndr*) ».

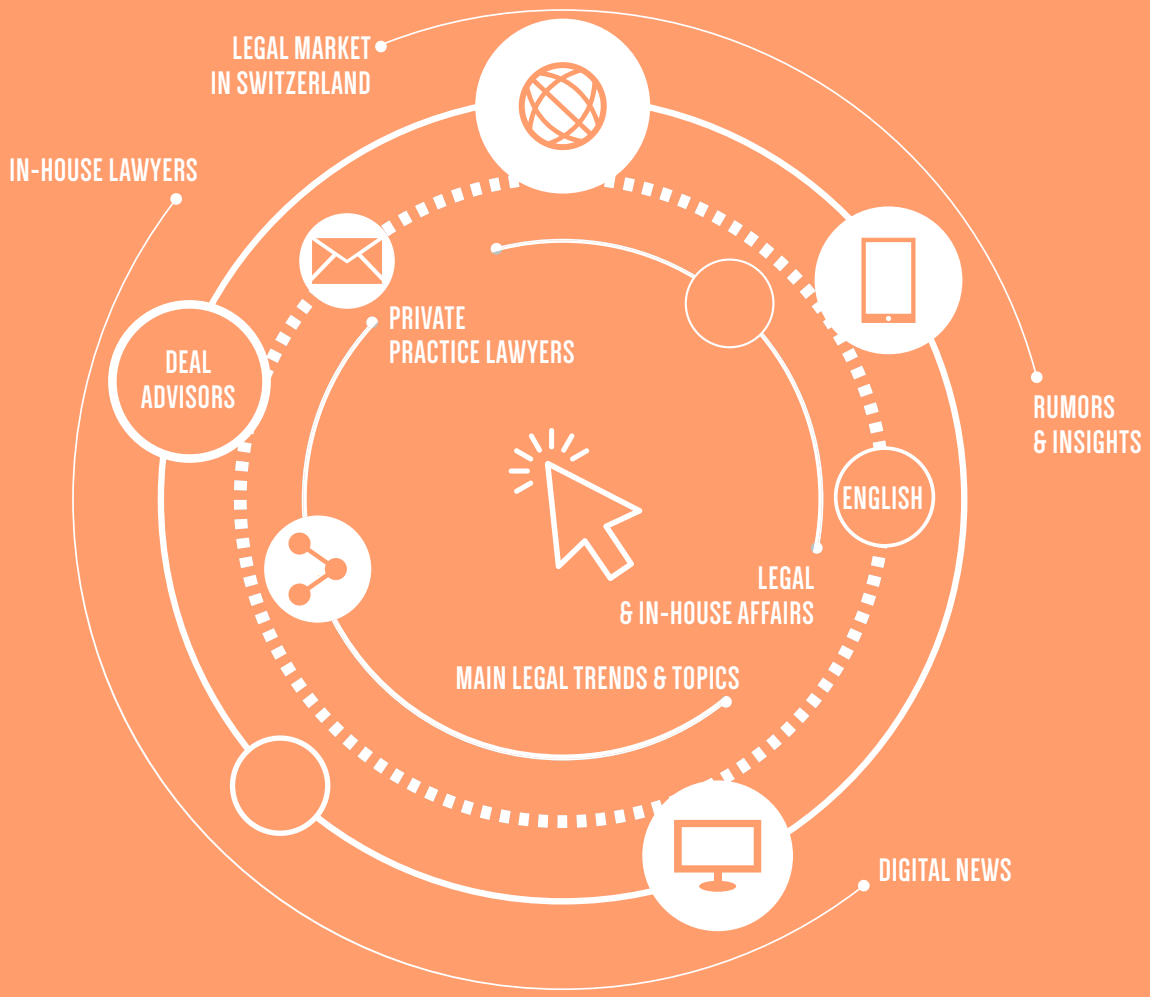
COSA FA IL GC

Nel dettaglio, Zimmitti si occupa, lato compliance, di privacy, d.lgs.231, antiriciclaggio, deontologia professionale e codice etico. In questi tre anni ha seguito, tra l'altro, con il supporto alla bisogna di alcuni avvocati interni allo studio: la creazione di un modello 231 e delle relative procedure di dettaglio; la trasformazione in policy delle "regole non scritte" di cui la struttura si era in parte già dotata, condividendole nella intranet; e dell'erogazione di formazione agli interni (professionisti e staff). Lato legal, l'avvocato gestisce in prima persona i contenziosi di studio, il recupero crediti e la contrattualistica, rivedendo lettere d'incarico in entrata e in uscita e i contratti coi fornitori e i consulenti. «In generale, lavorando con tutte le funzioni dello studio – dai professionisti al marketing, dalle hr all'it – il mio mandato è quello di garantire coerenza, avendo una visione d'insieme di policy e procedure», commenta Zimmitti. L'emergenza

LCPUBLISHINGGROUP

LEGALCOMMUNITYCH

The first digital information tool dedicated to the legal market in Switzerland



Follow us on

www.legalcommunity.ch

sanitaria, inoltre, ha impegnato il gc negli ultimi due anni. «Ho lavorato ai protocolli Covid e più di recente mi sono occupato della gestione dell'obbligatorietà del greenpass», aggiunge. Infine, segue i "temi nuovi", come li definisce, del mercato legale come la sostenibilità e l'innovazione.
Le cose da fare, dunque, non mancano, tant'è che il gc spiega: «Sono convinto che tutti gli studi legali di medie e grandi dimensioni dovrebbero avere un general counsel».
La gestione del lavoro, tutto sommato, finora non ha richiesto l'allargamento del team. «Ho già dei punti di riferimento interni allo studio, ovvero gli esperti delle singole materie, a cui mi rivolgo quando ho bisogno di supporto. Poi però mi occupo io di sintetizzare quanto raccolgo per dare delle risposte dirette e pratiche a chi deve prendere le decisioni», sottolinea. Tutto viene fatto in house insomma. Eccetto una piccolissima parte giudiziale di recupero crediti. In questo caso, Chiomenti – tramite appunto il gc – si fa assistere da studi legali esterni con cui ha instaurato un rapporto di lunga data. Pro futuro, però, Zimmitti non esclude che la sua squadra si possa allargare per accogliere altri giuristi esclusivamente dedicati alla funzione degli affari legali interni e della compliance. «Il mondo è cambiato – dice – gli studi sono oggi delle organizzazioni molto più complesse di un tempo e l'esigenza di avere qualcuno che si occupi di navigare questa complessità a tempo pieno sarà sempre più stringente. Non so perché il ruolo del general counsel non sia diffuso nelle law firm in Italia, però mi sorprende che riescano a gestire la complessità senza una figura come il gc. Quello del general counsel non è un ruolo di business, ma di garanzia e supporto. Questo non esclude che però possa aiutare lo studio ad avvicinarsi ancora di più al cliente, guardando la professione sotto un profilo diverso».

GLI STUDI SONO ORGANIZZAZIONI MOLTO COMPLESSE E IL BISOGNO DI AVERE QUALCUNO CHE SI OCCUPI DI NAVIGARE QUESTA COMPLESSITÀ SARÀ SEMPRE PIÙ STRINGENTE

OBIETTIVI

Per i prossimi tre anni l'obiettivo di Zimmitti è, come dice: «Supportare la macchina organizzativa, nel rispetto di normative sempre più rilevanti e complesse e collaborare, nell'ambito della propria funzione e delle proprie competenze, nell'affrontare la gestione delle innovazioni che saranno portate avanti dallo studio». La speranza invece è quella di vedere le insegne aprirsi alla funzione per avere dei colleghi con cui confrontarsi per alimentare le idee e le innovazioni, due elementi che possono portare valore alla comunità legale tutta. *(i.i.)*

L'ATLANTE dei BRAND LEGALI

Sesta tappa del viaggio tra le principali insegne del diritto degli affari attive in Italia. In questa puntata passiamo in rassegna alcune law firm internazionali. Realtà storiche e istituzionalizzate

di nicola di molfetta

Le chiamiamo law firm. Sono gli studi di matrice internazionale che gravitano ormai da tempo nel mercato dei servizi legali italiano. Anche loro trovano spazio nel nostro viaggio attraverso le storie dei principali brand del settore. Quello che segue non è un elenco esaustivo. Ma possiamo leggerlo come un campione sufficiente di queste realtà calate nel corso degli anni sulla Penisola e provenienti dal Regno Unito o dagli Stati Uniti. Si tratta di un saggio che già consente di capire quanto la comunicazione e la brand strategy sia considerata strategica nelle politiche di crescita e sviluppo di queste organizzazioni dal raggio d'azione più o meno globale. Due i tratti caratteristici che accomunano

praticamente tutti i casi che siamo in grado di proporvi: la storicità della loro tradizione e l'istituzionalizzazione della loro organizzazione.
Hanno tutti un brand registrato. E In molti casi hanno un brand che è cambiato nel corso degli anni (nella sua forma o nei suoi colori e segni distintivi) per adeguarsi all'evoluzione del mercato e dello status dello studio.

ASHURST

Si tratta di una delle insegne internazionali più longeve. La fondazione dello studio risale all'inizio del secondo decennio del XIX secolo, mentre lo sbarco in Italia data 2000. L'attuale brand è stato introdotto a fine 2015. Basato su font The sans, le forme e le lettere che lo compongono sono state progettate appositamente per creare un marchio unico e distintivo. Il colore del logo è grigio ardesia, pantone 432.
La Llp è proprietaria del marchio che storicamente si richiama al nome di **William Henry Ashurst** la cui storia si lega all'Italia da ben prima del 2000 visto che l'avvocato fondatore fu amico di Giuseppe Mazzini.
Fondato nella city di Londra nel 1822, lo studio è diventato noto inizialmente come Ashurst Morris Crisp, dai nomi dei tre fondatori William H. Ashurst, **John Morris** e **Sir Frank Crisp**. L'organizzazione, nel 2003, ha cambiato nome in Ashurst, con

VALENTINA GRECO

l'obiettivo di riposizionare lo studio sul mercato del business internazionale. La combinazione con lo studio australiano Blake Dawson nel marzo 2012 ha visto lo studio diventare uno dei più grandi studi legali internazionali. Blake Dawson ha cambiato il suo nome in Ashurst, grazie alla reciproca visione di costruire uno studio legale leader a livello mondiale e alla notorietà globale del nome Ashurst e del brand.
La responsabilità delle politiche di branding fa capo a un director of brand, marketing & communications a livello globale che coordina un team attivo nelle aree media relations & social media, internal communications & change communications, content & digital e events.
La responsabile in Italia è **Valentina Greco**.

ashurst

RAGIONE SOCIALE	FONDAZIONE	BRAND	REGISTRAZIONE	ARRIVIO IN ITALIA
Studio legale associato ad Ashurst LLP	1822	Ashurst	Sì	2000

BAKER MCKENZIE.

Si tratta della prima insegna legale internazionale ad aver varcato i confini dell'Italia: prima aprendo a Milano nel 1962 e sei anni più tardi a Roma.
Nel 2016, a livello globale, Baker McKenzie ha ripensato e aggiornato la propria visual identity incluso il logo, eliminando la "&" tra Baker e McKenzie e introducendo un punto, o basemark, dopo McKenzie. Il basemark è un segno grafico distintivo che viene declinato in ogni forma e strumento di comunicazione, ma che non deve essere riportato in forma scritta. Per quanto riguarda il colore, in segno di continuità, il logo mantiene il colore Borgogna (PMS 187 C) del vecchio logo per la seconda parte "McKenzie", e introduce il colore rosso (PMS 032 C) per la prima parte "Baker".
Storicamente il logo è l'unione dei cognomi dei due fondatori, **Russell Baker** e **John McKenzie** che fondarono lo studio nel 1949 a Chicago. Durante i primi vent'anni di vita, Baker McKenzie è cresciuto rapidamente, aprendo in media una nuova sede ogni anno. La crescita è continuata negli anni '70 e '80, quando Baker McKenzie è stato tra i primi studi legali internazionali ad aprire uffici in Asia, nella regione del Pacifico e nell'Europa dell'Est. Oggi è presente nel mondo con quasi 80 uffici in 46 Paesi e oltre 6000 professionisti.
In Italia conta oltre 130 professionisti. Il team Business Development Marketing & Communications vede in campo **Chiara Maccarini**, marketing, communications & proposals manager, con **Oscar Bordin**, business development & innovation manager e **Immacolata Giannella**, marketing & communications executive. Per le attività di media relation, lo studio collabora dal 2009 con l'agenzia Barabino & Partners.

CHIARA MACCARINI

BIRD & BIRD

Bird & Bird deve il proprio nome al suo fondatore, l'inglese **William Frederick Wratislaw Bird** che giunse a Londra nel 1830 per conseguire l'abilitazione a esercitare la professione forense e che fondò il proprio studio nel 1846. All'inizio del Novecento un cugino di William, **Ernest Edward Bird**, iniziò a collaborare con lo studio, divenuto nel frattempo uno dei principali di Londra. Dopo quattro anni dalla sua nomina a partner lo studio

Baker McKenzie.

RAGIONE SOCIALE	FONDAZIONE	BRAND	REGISTRAZIONE	ARRIVIO IN ITALIA
Studio professionale associato a Baker & McKenzie	1949	Baker McKenzie.	SÌ	1962

Bird & Bird

RAGIONE SOCIALE	FONDAZIONE	BRAND	REGISTRAZIONE	ARRIVIO IN ITALIA
Studio legale Bird & Bird	1846	Bird & Bird	SÌ	2003

fu ribattezzato Bird & Bird.
Il logo dello studio è un marchio, ovviamente registrato. Ciò significa, spiegano dalla law firm, «che non abbiamo un simbolo o un'icona tradizionale, ma preferiamo scrivere semplicemente il nostro nome in uno stile distintivo». Il logo è composto da due caratteri tipografici, uno riguarda "Bird", l'altro "&". I caratteri, tuttavia, sono stati adattati per il logo, quindi non sono più "font", ma sono forme. Su uno sfondo bianco o chiaro, le parole "Bird & Bird" sono sempre blu scuro, mentre il carattere "&" appare in uno dei sei colori di connessione: ciano, verde, arancione, rosso, rosa, giallo. Invece, su uno sfondo blu o scuro, le parole "Bird & Bird" sono sempre bianche, mentre il carattere "&" appare in uno dei sei colori di collegamento: ciano, verde, arancione, rosso, rosa, giallo. Lo studio è sempre stato particolarmente sensibile all'importanza del brand e agli aspetti reputazionali. Nel 1995 Bird & Bird è stato uno dei primi studi legali europei ad avere un proprio sito web. Brand Remedy è l'agenzia che si è occupata della più recente riprogettazione del marchio e della nuova ed attuale immagine coordinata aziendale, avvenuta 8 anni fa.
I caratteri tipografici sono fondamentali quando si vuole creare una solida identità del marchio. Il logo è stato progettato per assomigliare ai caratteri tipografici propri dell'intera brand identity, quindi si sentirà "a casa" tra le altre parole. Un tema chiave è l'idea della connessione: «Quando vogliamo collegare parole, la e commerciale (composta da una linea

SONIA CABRAS, RAQUEL ROYO IBAÑEZ, ANNALISA SOCCIO

continua) funge da carattere tipografico speciale. In questo modo, possiamo usarlo per collegare parole, frasi, messaggi o qualsiasi altra cosa che aiuti a informare e ispirare i lettori», dicono dallo studio.
Le politiche di branding dello studio sono gestite a livello centrale dalla sede di Londra. Il team dedicato al marketing è costituito a livello globale da più di 100 professionisti che operano nelle varie sedi di Bird & Bird condividendo idee, strategie, iniziative e progetti. In Italia il team, guidato da **Raquel Royo Ibañez**, è composto da tre persone: **Sonia Cabras**, **Annalisa Soccio** e **Mara Virani**.

DENTONS

Il brand nasce nel 2013. Il nome Dentons, così come la freccia direzionale in cui si inscrive, sono stati scelti, già nella prospettiva delle future "combinations". Un passaggio fondamentale nella storia del brand avviene nel 2015 a seguito

della "combination" con lo studio cinese 大成, particolarmente complicata, e il conseguente inserimento del nome cinese di quest'ultimo nel logo dello studio. Questa sfida si è rivelata un'opportunità per dimostrare l'impegno di Dentons in Asia. Il nuovo logo, infatti, rafforza visivamente il posizionamento davvero unico di Dentons come il più grande studio legale in Cina. Inoltre, la presenza degli ideogrammi rappresenta un forte elemento di differenziazione del brand Dentons che è l'unico studio globale ad avere caratteri diversi da quelli romani nel proprio logo.
Il colore primario del brand è il viola Pantone 2603 C. L'elemento grafico peculiare è la freccia direzionale che racchiude il brand name. La maggior parte dei loghi degli studi legali basano la propria identità esclusivamente sul colore e sullo stile dei caratteri. Una minoranza presenta un elemento grafico aggiuntivo, di solito un rettangolo o un quadrato in cui il marchio è incorporato. Dentons ha scelto una direzione diversa. In linea con quanto emerso dai sondaggi tra i propri partner, lo studio ha intrapreso un'ampia esplorazione di simboli letterali e astratti, elementi grafici e logotipi.
Una volta ridotte le varie possibilità, il processo di sviluppo del logo ha iniziato a concentrarsi sull'idea di essere «una guida fidata per i clienti e di indicare loro la strada».
«Essere una guida e fornire assistenza legale – spiegano dallo studio – sono al centro dell'attività di un avvocato. Essere una guida si accompagna perfettamente ai valori fondamentali del brand "driven and agile", motivati e agili. Essere una guida consiste nell'avere una

DANIELA MORANTE

visione del futuro e nello stabilire una posizione solida in un mondo in rapido cambiamento».
Lo studio, inoltre, fin dalla sua nascita ha puntato sul concetto di policentrismo. «Non abbiamo una bandiera, non abbiamo una sede centrale globale e non abbiamo una cultura dominante. Non "colonizziamo" nuovi mercati, inviando rappresentanti dal nostro "home office" perché non esiste un ufficio centrale. Inclusione e diversità non sono solo valori della nostra cultura ma rappresentano il fulcro della nostra strategia anche in considerazione dell'importanza che la diversity riveste per i nostri clienti. Rifiutiamo consapevolmente una cultura "one size fits all". Siamo policentrici perché questo è ciò che i nostri clienti vogliono e di cui hanno bisogno».
Il brand si riferisce storicamente a **Sam Denton**, che nel 1788 fondò a Londra il primo studio. La "s" di Denton è stata aggiunta per riflettere la natura

大成 DENTONS

RAGIONE SOCIALE	FONDAZIONE	BRAND	REGISTRAZIONE	ARRIVIO IN ITALIA
Dentons Europe Studio Legale Tributario	2013	Dentons	SÌ	2015

LEGALCOMMUNITY

INHOUSECOMMUNITY

Vi invitano a partecipare al

concorso letterario

II Edizione

i RACCONTI dell' ULTIMO BICCHIERE

Tema: "A ruota libera"
Raccolta racconti: prorogata al 31/01/2022
Partecipazione: gratuita

Organizzato da LC Publishing Group con le testate Legalcommunity.it e Inhousecommunity.it, il concorso letterario si rivolge a tutti i professionisti del diritto che abbiano già affrontato la scrittura o che coltivino il sogno di esprimere la propria creatività attraverso la scrittura.

Caratteristiche del racconto: lunghezza di massimo 7.000 battute (spazi inclusi), inedito e che non abbia già partecipato ad altri concorsi letterari. L'autore dovrà garantire che il racconto non violi alcun diritto d'autore di terzi.

Chi può partecipare: tutti i professionisti del diritto: Magistrati, Avvocati, Notai, Giuristi d'Impresa, Praticanti, Stagisti, Laureati in Giurisprudenza.

LC PUBLISHING GROUP

Per invio racconti e/o informazioni: stefania.bonfanti@lcpublishinggroup.it

pluralistica dello studio. Inoltre una ricerca condotta da Bill Schroeder, attraverso la Brand Union, ha dimostrato che Dentons è stato il nome più facile da pronunciare tra gli oltre venti nomi testati in fase di selezione del brand da associare al progetto avviato il 28 marzo 2013, quando dall'unione di SNR Denton, Salans e Fraser Milner Casgrain (FMC), a cui ha fatto seguito la fusione con lo studio cinese 大成 nel 2015.
In Italia, i responsabili delle politiche di branding sono il managing partner **Federico Sutti** e la marketing & business development manager **Daniela Morante**.

DLA PIPER

La storia dello studio Dla Piper è relativamente recente e sin dall'inizio è stata caratterizzata da una specifica attenzione alla strategia di btranding. Il nome dello studio è tratto da quelli degli studi che si sono fusi nel 2005: la law firm internazionale Dla e la law firm statunitense Piper Rudnick. L'abbreviazione di tre lettere di Dla è frutto di una complessa storia di evoluzione che risale al XVIII secolo e sta per Dibb Lupton Alsop, a sua volta derivante da una fusione avvenuta a metà degli anni Novanta.
L'attuale identità visiva risale al 2018 ed è stata progettata da Within International nell'ambito di un progetto gestito dal team di comunicazione internazionale

KATRINA MALCOLM

e supervisionato dalla leadership globale dello studio.
Il fulcro della identità visiva sono le "corde" (strings), sculture grafiche sonore tratte delle voci dei professionisti e collaboratori. Il processo utilizza Cinema 4D, un'applicazione di modellazione, animazione, motion graphic e rendering ampiamente utilizzata nel mondo dell'audiovisivo professionale. Le onde sonore vengono create come rappresentazioni visive delle parole pronunciate dalle molte voci diverse che compongono l'identità dello studio.
Una moderna biblioteca di immagini, selezionate per comunicare il movimento nelle stringhe, completa l'identità visuale, che declina il marchio in una tavolozza di sette colori. Il carattere tipografico, denominato Noto, è stato scelto «perché consente di rappresentare ogni lingua

RAGIONE SOCIALE	FONDAZIONE	BRAND	REGISTRAZIONE	ARRIVIO IN ITALIA
Dla Piper	2005	DLA Piper	SÌ	2006

PUBLISHINGGROUP LC

Disponibile il nuovo libro edito da
LC PUBLISHING GROUP:

LEX MACHINE

di Nicola Di Molfetta

INNOVAZIONE, TECNOLOGIA
E AVVOCATI:
COME CAMBIA IL MERCATO
E COSA BISOGNA SAPERE
PER FARCELA

Acquista la tua copia qui

o scopri l'elenco delle librerie in cui è disponibile!

Per informazioni

tel. 02 36727659 - info@lcpublishinggroup.it

e scrittura, tratto questo che riflette il nostro carattere globale», dicono dallo studio.
Il brand è gestito congiuntamente dal brand team internazionale e dalla corrispondente struttura statunitense, che fanno parte del più ampio dipartimento di Marketing e Business Development. La responsabilità finale è della leadership globale dello studio.
In Italia il partner responsabile per le attività di marketing e business development è l'avvocato **Gualtiero Dragotti**. Il team dedicato a queste attività conta circa 10 persone, tra cui **Katrina Malcolm**, quale marketing e business development manager.

HOGAN LOVELLS

Hogan Lovells è uno studio internazionale nato il 1° maggio 2010 dalla fusione tra lo studio americano Hogan & Hartson e lo studio inglese Lovells. Entrambi gli studi hanno alle spalle più di un secolo di attività.
Il marchio è nato dalla collaborazione tra diverse agenzie esterne internazionali che hanno lavorato fianco a fianco con il team creativo interno, con il team di comunicazione e con il comitato strategico, avvalendosi anche dell'apporto degli avvocati.
L'identità visiva si fonda su una combinazione di caratteri, un logo chiaro e definito, una palette di colori naturali e la rappresentazione grafica 3D di una

FABRIZIO GENZIANI

scatola. Essa, spiegano dallo studio, punta ad esprimere il fatto che «siamo uno studio legale internazionale che lavora a stretto contatto con il team del cliente e risolve le questioni legali più difficili e complesse. E lo fa ovunque nel mondo».
Il senior brand manager, l'head of Communications e il chief marketing officer sono responsabili delle policy in materia di branding. Ciascun membro dello studio, che sia o meno avvocato, è visto come portavoce del brand ed è chiamato a comportamenti che rispecchino i valori dello studio sia all'interno sia verso terzi. Il team italiano di marketing e business development è composto da quattro persone tra cui **Fabrizio Genziani**,

RAGIONE SOCIALE	FONDAZIONE	BRAND	REGISTRAZIONE	ARRIVIO IN ITALIA
Hogan Lovells Studio Legale	2010 (merger tra Lovells e Hogan & Hartson)	Hogan Lovells	SÌ	2000 (ex Lovells)

LCPUBLISHINGGROUP

LEGALCOMMUNITY

AWARDS

SAVE THE DATE

19.05.2022

10TH EDITION

IP&TMT

MILAN

#LclpTmtAwards

Per informazioni: martina.gavioli@lcpublishinggroup.it

marketing e business development manager e **Cristina Bagatin**, pr & events senior advisor.

LATHAM & WATKINS

Latham & Watkins nasce nel gennaio 1934 a Los Angeles, California. I valori del lavoro di squadra e uno stile di gestione non gerarchico sono i pilastri che ne hanno guidato la crescita e lo sviluppo. Questi valori sono stati portati avanti da tutti i managing partner e hanno guidato lo studio a raggiungere i risultati attuali con oltre 3mila avvocati su una piattaforma globale che copre 14 paesi. Latham è una partnership unica e integrata e, come "one firm" firm, non ha headquarter e serve i clienti con i team migliori ovunque nel mondo.
Lo studio ha adottato il suo logo attuale nel 2002. Ci sono due versioni del logo, con LLP e senza LLP. Questo logo esclusivo è derivato dal carattere tipografico Thesis, con una "&" disegnata su misura. Il logo può essere visualizzato in uno di quattro colori: rosso Latham, bianco, grigio o nero. Con la proliferazione dei social media e delle sponsorizzazioni di eventi e pubblicazioni, spiegano inoltre dallo studio, «spesso il nostro logo deve essere utilizzato in formati molto piccoli, riducendo così la sua efficacia. Per ovviare al problema, lo studio ha sviluppato una serie di marchi secondari per ottimizzare i risultati su Linkedin, Twitter e Facebook,

SILVIA SECCARECCIA E VALENTINA SCALABRINI

e sui materiali per le sponsorizzazioni». Il marchio (che storicamente deriva dai nomi dei fondatori Dana Latham e Paul Watkins) si basa sul concetto di "vera integrazione". Questo concetto incarna l'identità visiva dello studio. Cattura l'essenza dello spirito collaborativo, sottolineando la capacità di funzionare come un'unica organizzazione coesa e di fornire servizi legali di alta qualità ai clienti. «Possediamo qualcosa che poche altre organizzazioni globali hanno: la flessibilità di funzionare a livello locale, supportata da un'ampia esperienza a livello globale. Queste qualità si traducono visivamente negli elementi del marchio che vengono utilizzati nei nostri materiali, sia interni che esterni».
Le politiche di branding dello studio fanno capo a Eirc Weiss, global brand management and creative services senior manager. In Italia, la struttura ha due professioniste dedicate al business development: **Silvia Seccareccia** e **Valentina Scalabrini**.

LATHAM&WATKINS LLP

RAGIONE SOCIALE	FONDAZIONE	BRAND	REGISTRAZIONE	ARRIVIO IN ITALIA
Latham & Watkins LLP	1934	Latham & Watkins	SÌ	2007

i RACCONTI dell' ULTIMO BICCHIERE

Questo libro contiene la raccolta dei racconti presentati in occasione del Concorso letterario "I racconti dell'ultimo bicchiere".

Prezzo:
10,00 euro

PUBLISHINGGROUP LC

Per informazioni sull'acquisto: info@lcpublishinggroup.it

ORRICK

Orrick ha iniziato a compiere una politica di branding già a partire dai primi anni '90. La strategia si è consolidata poi successivamente, agli inizi degli anni 2000, quando gli studi legali che avevano nomi troppo lunghi e complicati vennero sfidati dagli esperti di marketing spinti dal fatto che più del 15% degli istituti finanziari avesse già scelto di accorciare il proprio nome ufficiale a vantaggio di uno più corto. Questo cambio di rotta fu dovuto principalmente ai risultati emersi da una serie di ricerche di mercato che provavano che i clienti riuscissero a ricordare solo due o tre sillabe – non due o tre parole – e che anche gli studi legali in genere ricadevano in questa casistica eccedendo ampiamente. **Ralph Baxter**, storico e innovativo chairman di Orrick in quel periodo, intuì quindi la necessità di accorciare in "Orrick" il nome dello studio, come richiesto dalle allora recenti novità in merito allo sviluppo del brand, attraverso un'azione di marketing estremamente pianificata. Sotto la guida di Baxter il restyling del brand Orrick divenne una priorità in funzione anche dell'espansione nel vecchio continente e in Asia che stava per essere lanciata. Si cominciò quindi a ragionare intorno all'inusuale lettera "O" che divenne un po' alla volta il simbolo di tutte le attività dello studio. Invece di scriverla come una "O" normale, si scelse

ROBERTA DE MATTEO

IERI E OGGI

DAL 2016

2001

di disegnarla come un cerchio perfetto al fine di trasmettere attraverso di essa una carica di positività. Il colore verde fu mantenuto dal precedente logo dello studio per coerenza al posizionamento e alla reputazione di lunga data acquisita

orrick

RAGIONE SOCIALE	FONDAZIONE	BRAND	REGISTRAZIONE	ARRIVIO IN ITALIA
Orrick, Herrington & Sutcliffe	1885	Orrick	SÌ	2003

dallo studio nei mercati finanziari ed istituzionali. Inizialmente sorsero alcuni dubbi pensando non fosse semplice costruire il proprio brand intorno al "nulla" e rischiando che il cerchio potesse essere interpretato come uno zero. Ma il nuovo logo ebbe un successo immediato in tutti gli Stati Uniti.
La font usata è Azo Sans – Light, regular, bold. Il colore è verde e verde chiaro.
Oggi i responsabili delle politiche di branding dello studio sono Jolie Goldstein, chief communications Officer e Dean Skibinski, director creative services, entrambi di base a New York. A livello internazionale il team Marketing & Bd conta circa 60 professionisti. In cinque lavorano in Italia, tra cui **Roberta De Matteo**, business development & communications country senior manager.

SIMMONS & SIMMONS

Lo studio è stato fondato a Londra da due fratelli gemelli, Percy e Edward Simmons, di 21 anni, nel 1896. Il secondo ufficio aprì a Bruxelles nel 1962, mentre nel 1979 fu aperto il primo studio in Asia, nello specifico a Hong Kong. Seguirono poi le aperture a Parigi, Milano e in Medio Oriente, ad Abu Dhabi e Shangai, per poi espandersi in Europa e ancora in Asia e in Medio Oriente. Il nome prescelto vuole chiaramente ricordare i due fratelli fondatori dello studio legale,

IERI E OGGI

OGGI

simmons + simmons

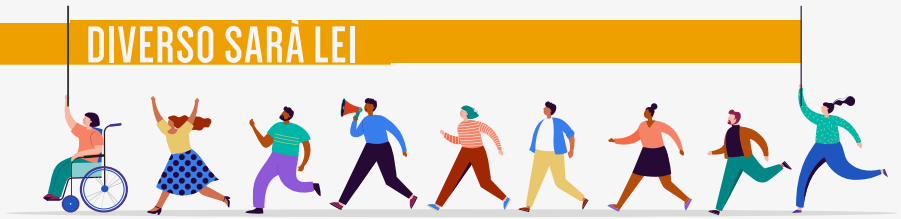
IERI

Simmons & Simmons

evidenziando quanto sia fondamentale evolversi e migliorarsi, pur conoscendo la propria storia e mettendo sempre in luce le proprie origini.
Il brand è costruito con font FF real text ed è di colore corallo su bianco o antracite su bianco. Il nome Simmons è ripetuto due volte, ordinato verticalmente e in minuscolo. I due simboli sono connessi da un + posto alla loro sinistra.
L'attuale brand è frutto di un rinnovamento realizzato nel 2019. Partendo dal concept centrale di collaborazione, il brand vuole comunicare l'impegno a offrire soluzioni agili, intelligenti e specifiche per ogni cliente, comunicate con chiarezza e trasparenza e in modo dinamico ed efficace.
Le politiche di branding e le relative strategie sono gestite da un team a Londra.

simmons + simmons

RAGIONE SOCIALE	FONDAZIONE	BRAND	REGISTRAZIONE	ARRIVIO IN ITALIA
Studio legale associato in associazione con Simmons & Simmons	1896	Simmons + Simmons	SÌ	1993



LA PARITÀ SALARIALE È LEGGE

di ilaria iaquinta

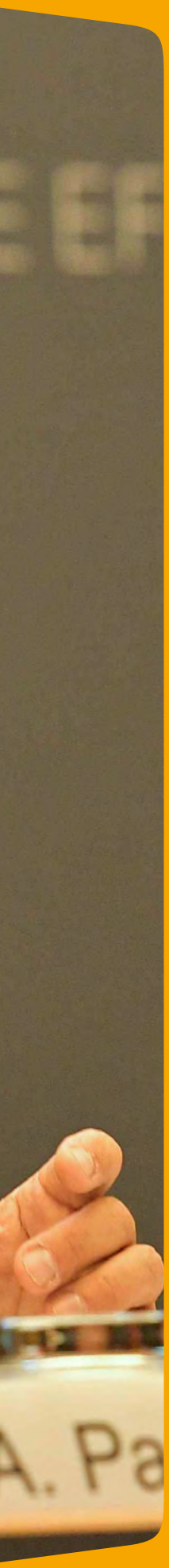
Luce verde dal Senato alla legge sulla parità salariale. Lo scorso 26 ottobre, la commissione Lavoro ha approvato in sede deliberante il testo per le pari opportunità in ambito lavorativo che aveva ricevuto il via libera alla Camera lo scorso 13 ottobre.
Il testo modifica il Codice delle pari opportunità tra uomo e donna (Dlgs 198/2006) integrandolo, inserendo nuove previsioni e un numero maggiore di controlli.

Le aziende pubbliche e private con oltre 50 addetti – e su base volontaria anche quelle con un numero minore di persone – dovranno compilare almeno ogni due anni un rapporto sulla situazione del personale che contiene diversi indicatori (dai salari agli inquadramenti, dai congedi al reclutamento) per dare evidenza delle condizioni di lavoro delle risorse umane. L'elenco delle aziende che trasmetteranno il rapporto e di quelle che non lo faranno

sarà pubblico. I dati saranno consultabili da lavoratori, sindacati, ispettori del lavoro e consigliere di parità. Inoltre, saranno previste sanzioni fino a 5mila euro per mancata o fallace trasmissione dei dati.
La legge introduce, novità assoluta, una certificazione della parità di genere che attesterà, dal 1 gennaio 2022: «le politiche e le misure concrete adottate dai datori di lavoro per ridurre il divario di genere in relazione alle opportunità di crescita in azienda, alla parità salariale a parità di mansioni, alle politiche di gestione delle differenze di genere e alla tutela della maternità». Restano da definire i criteri minimi e le modalità per ottenere la certificazione oltre alle attività di monitoraggio e controllo dei dati trasmessi, per cui seguiranno dei decreti attuativi. Per le aziende che conseguiranno la certificazione è stato introdotto un meccanismo premiale. Più nel dettaglio, è previsto uno sgravio contributivo mensile pari o inferiore all'1% dei contributi dovuti per un massimale di 50mila euro ad azienda.
La legge interviene inoltre anche in materia di discriminazione, allargando le previsioni del codice a: «ogni atto organizzativo, il quale, modificando l'organizzazione delle condizioni e il tempo del lavoro in ragione del sesso, possa porre il lavoratore in posizione di svantaggio rispetto alla generalità degli altri lavoratori o limitare le sue opportunità di partecipazione alla vita o alle scelte aziendali oppure limitare il suo accesso ai meccanismi di avanzamento e di progressione della carriera».
Con il via libera definitivo e all'unanimità alla legge sulla parità salariale: «il nostro Paese compie un passo di fondamentale importanza verso il completo superamento delle disuguaglianze di genere, l'aumento dell'occupazione femminile, l'assunzione del principio di condivisione tra donne e uomini delle opportunità e delle responsabilità sul lavoro e in famiglia. Si tratta già di un risultato cruciale per la vita di tantissime e tantissimi lavoratrici e lavoratori [...] ma è anche il primo passo verso il raggiungimento di obiettivi ancora più ambiziosi su cui, oggi più che mai, è impossibile pensare di procrastinare: l'ottenimento dell'effettiva parità salariale uomo-donna e la previsione di un salario minimo per tutti i lavoratori e le lavoratrici», hanno dichiarato le relatrici della legge alla Camera e al Senato **Chiara Gribaudo** e **Valeria Fedeli**.

ANDREA PARRELLA

LA COMPLIANCE È «IL NAVIGATORE» DEL BUSINESS



MAG ha intervistato il group general counsel di Leonardo Andrea Parrella a margine del Compliance Council di Roma. «I meccanismi di controllo sono ausilio e confronto per una costante verifica di aderenza al sistema di regole interne»

di ilaria iaquinta

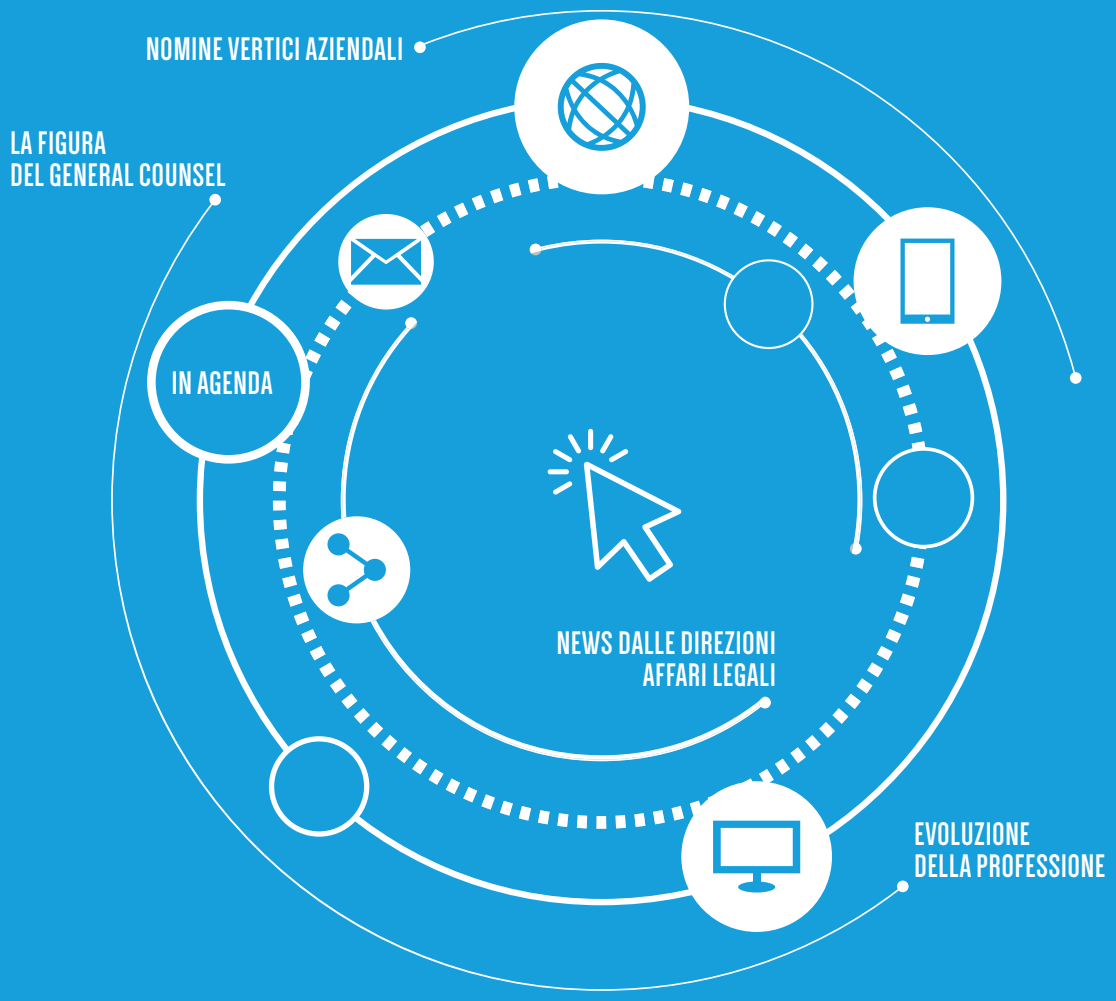
La compliance come stella polare degli affari. La corretta gestione dei rischi di non conformità consente alle aziende di prevenire ricadute negative sul bilancio, sull'immagine e sulla reputazione. Gli investimenti nell'integrità ripagano: si guadagna la fiducia degli interlocutori e dell'opinione pubblica. Al contrario, la scarsa attenzione alla compliance espone le organizzazioni a rischi devastanti, anche dal punto di vista economico.
È la visione di Leonardo esplicitata dal top management del gruppo, in occasione del "Compliance Council", iniziativa annuale promossa dalla direzione guidata dal group general counsel **Andrea Parrella,** tenutosi a Roma lo scorso 25 ottobre.
«La compliance rappresenta il navigatore di ogni attività di business. I meccanismi di controllo non devono essere percepiti come ostacolo ma come ausilio e confronto per una costante verifica di aderenza al sistema di regole interne. Il rispetto delle linee guida di cui abbiamo scelto di dotarci è imprescindibile e deve sempre essere accompagnato dall'adesione, anche personale, ai principi etici cui l'azienda si ispira per competere efficacemente e lealmente sul mercato», ha dichiarato Parrella. MAG lo ha intervistato a margine dell'incontro.

Siamo alla quinta edizione del Council; quali sono le "doti" che vi portate dalle precedenti edizioni?
In questi anni, a partire dal 2016, siamo riusciti a diffondere e radicare la consapevolezza che per progredire sul versante della cultura dell'integrità, etica e trasparenza è fondamentale la condivisione delle esperienze, la formazione continua, il coinvolgimento e la sensibilizzazione del maggior numero possibile di persone, all'interno e all'esterno dell'azienda,

LCPUBLISHINGGROUP

INHOUSECOMMUNITY

Il primo strumento di informazione completamente digitale
sui protagonisti del mondo In House in Italia



Seguici anche
sui nostri canali social

Iscriviti alla newsletter
e resta in contatto

www.inhousecommunity.it

LE REGOLE, NELLA MISURA IN CUI SONO INTERIORIZZATE, DIVENTANO CULTURA AZIENDALE, CHE SI TRADUCE IN COMPORTAMENTI CHE RAFFORZANO LA NOSTRA CREDIBILITÀ E FAVORISCONO RISULTATI E PERFORMANCE SUPERIORI E SOSTENIBILI NEL TEMPO

ANDREA PARRELLA

per rafforzare la nostra "dote" più preziosa, che possiamo definire capitale reputazionale (credibilità).

Quest'anno è la sostenibilità è stata il fil rouge dell'evento...
In poche parole: le regole, nella misura in cui sono interiorizzate e vissute in modo consapevole e convinto, diventano cultura aziendale, che si traduce a livello operativo in comportamenti quotidiani che rafforzano la nostra credibilità e favoriscono risultati e performance superiori e sostenibili nel tempo.

Cosa intendete per compliance efficace per risultati sostenibili?
Una compliance efficace è capace di tradurre i valori, la visione e la strategia dell'azienda in fatti concreti. È attenta a cogliere i cambiamenti (legali, operativi, reputazionali) che possano impattare sulle attività aziendali, per consentire alla società di adeguarsi al nuovo contesto di riferimento. La compliance fornisce il proprio contributo alla creazione di valore per l'azienda.

Quali sono i principali casi concreti di compliance efficace?
Intanto abbiamo tempestivamente sospeso e poi revocati una decina incarichi di intermediazione al verificarsi di situazioni da approfondire e aree "grigie". L'impegno profuso sul terreno della trasparenza e della legalità è stato riconosciuto e premiato da diversi enti e organismi internazionali, tra cui il Dci 2020 di Transparency International (si veda MAG N. 159, *ndr*). Degna di menzione anche "bridging generations in integrity", l'iniziativa per la trasmissione di valori e principi etici tra colleghi di diversa seniority, mediante un ponte generazionale.

Quali sono i nuovi strumenti di efficacia che adottate?
Per citarne un paio, abbiamo predisposto un "Booklet dei pareri legali", che individua la normativa applicabile in 147 Paesi con lo scopo di consentire ai colleghi un'immediata identificazione

DiliTrust

Digitalizza la direzione legale con la suite DiliTrust Governance

La suite DiliTrust Governance è la soluzione software per le direzioni legali. Composta da 5 moduli, è una suite completa per semplificare e automatizzare in modo sicuro i processi dei dipartimenti legali.

DiliTrust Italia - Via Monte di Pietà, 19 • 20121 Milano

+39 02 30565500 | contact-it@dilitrust.com | www.dilitrust.com

ANDREA PARRELLA

di ogni eventuale criticità, fornire le linee interpretative ed elaborare le soluzioni da percorrere. Inoltre, abbiamo una nuova "Risk Grid", maggiormente articolata e accurata nella declinazione dei fattori di rischio da valutare preliminarmente al conferimento degli incarichi.

Leonardo ha condotto nei mesi scorsi una "Analisi di Materialità" per monitorate la percezione e le aspettative degli stakeholder e identificare temi e priorità strategiche da discutere col top management. Cosa è emerso rispetto al lavoro della direzione di cui è alla guida?
Che per i nostri stakeholder, a cominciare dai clienti, l'area della conduzione responsabile del business è sempre più importante. Per gli stakeholder è risultata essere la seconda area su 16 in ordine di priorità, dopo la cybersecurity and data protection. Nel ranking della precedente analisi, realizzata nel 2018, era stata valutata in sesta posizione.

> SOLO UN CAPITALE UMANO MOTIVATO E COMPETENTE CONSENTE DI ADATTARSI E AFFRONTARE CON SUCCESSO CIRCOSTANZE COMPLESSE E IMPREVEDIBILI QUALI QUELLE CHE ABBIAMO VISSUTO

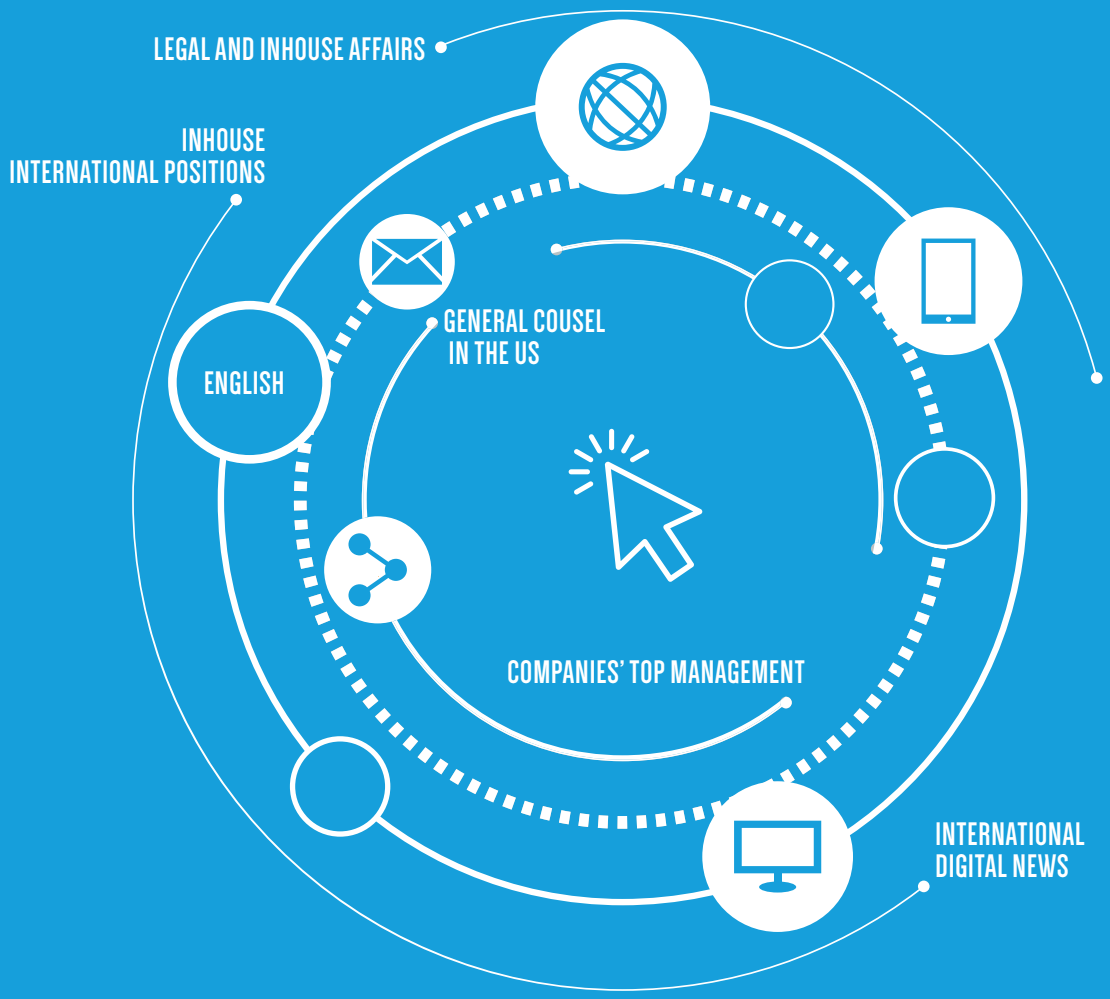
Per fare tesoro delle esperienze maturate nella fase emergenziale avete condotto anche una survey sugli effetti della pandemia sulle dinamiche commerciali e gli incarichi di business compliance...
Abbiamo cercato di ricavare dall'esperienza sul campo dei nostri colleghi delle strutture commerciali possibili spunti di riflessione e miglioramento per il futuro, ad esempio in relazione alle tipologie contrattuali attraverso le quali ingaggiamo i nostri partner locali, alcune divisioni stanno valutando come aggiornare la *success fee policy* di gruppo.

Avete anche rivisto il corpus normativo interno della compliance. Cosa include la nuova procedura e revisione della direttiva di gruppo sulla business compliance?
Diverse e significative le modifiche, tra le quali l'ampliamento dell'ambito di applicazione a distributori/reseller, la ridefinizione della "Risk Grid" sulla base delle esperienze maturate, il rafforzamento delle verifiche/presidi di controllo etico-reputazionali con la costituzione del nuovo comitato di

LCPUBLISHINGGROUP

INHOUSECOMMUNITYUS

The 100% digital information tool in English for U.S. and international In-house counsel



Follow us on

www.inhousecommunityus.com

business compliance, la formazione online per gli intermediari commerciali che dovrà essere obbligatoriamente svolta prima del conferimento dell'incarico. Abbiamo fatto chiarezza sui contratti di lobbying: noi non li sottoscriviamo.

Perché?
Intanto perché l'art.346 bis del c.p. non esclude rischi di imputazione delle società per il reato di influenze illecite, anche per le attività estere. E poi perché in Italia manca una disciplina organica in tema di lobbying, circostanza che si riverbera sull'interpretazione della linea di confine tra attività di intermediazione lecite e illecite agli occhi degli interpreti giudiziari.

ALESSANDRO PROFUMO E ANDREA PARRELLA

ANDREA PARRELLA E LUCIANO CARTA

Avete aggiornato anche le linea guida e la direttiva sulla trade compliance...
Oltre al rafforzamento di alcuni presidi di controllo (sul contrabbando, analisi del rischio, eccetera) e all'aggiornamento dell'elenco Paesi "sensibili", la principale novità è la definizione di uno strumento di assessment sul rispetto dei diritti umani – *human rights impact assessment* (HRIA), che consente analisi del rischio specifico sia a livello di Paese che di singola transazione.

Quali passi avanti avete fatto sull'uso dell'IA?
Indubbiamente la pandemia ha accelerato la digitalizzazione dei processi/tool aziendali. La compliance può beneficiare grandemente delle notevoli potenzialità offerte dalle nuove tecnologie, mi riferisco in particolare alle soluzioni di automation e machine learning a supporto delle nostre analisi e controlli preventivi. Tuttavia, la lezione principale che abbiamo appreso in questo periodo è un'altra.

Quale?
Che l'asset più prezioso sono le persone! Solo un capitale umano motivato e competente consente di adattarsi e affrontare con successo circostanze complesse e imprevedibili quali quelle che abbiamo vissuto e di tradurre in valore duraturo e sostenibile le grandi sfide e i cambiamenti che ci attendono.

Quale è la sua visione a breve e a medio temine sull'evoluzione delle tematiche di compliance?
Si tratta di un percorso che stiamo compiendo da molti anni. Sulla base delle esperienze, interazioni e stimoli che via via maturiamo, in ottica di miglioramento e rafforzamento continuo sottoponiamo sistematicamente a verifica e revisione tutti i componenti del nostro sistema integrato di compliance e anticorruzione. Dobbiamo continuare a incoraggiare una cultura condivisa di integrità e trasparenza e proseguire nel percorso intrapreso verso una compliance integrata.

San Raffaele Business School
SBS University of Rome

LCPUBLISHINGGROUP
FINANCECOMMUNITY

CELF Center of European Law and Finance

orrick FINANCE

Finance Law Academy 2021-2022

Per candidarsi scrivere a
info@financelawacademy.com

Candidature aperte
fino al 17 novembre 2021

Per ulteriri informazioni sul bando

LA FINANZA PROMETTE DI FARE LA SUA PARTE PER L'AMBIENTE

La coalizione di banche e fondi per il clima Gfanz (Glasgow Financial Alliance for Net Zero), lanciata ad aprile dall'ex banchiere centrale britannico nonché inviato dell'Onu su clima e finanza **Mark Carney** (nella foto), ha raccolto al momento l'adesione di oltre 450 aziende, che rappresentano 130 mila miliardi di dollari di asset, il 40% dei capitali finanziari mondiali.
Queste realtà sarebbero pronte a mettere a disposizione 100mila miliardi per la transizione energetica. Cifre mirabolanti, presentate a Glasgow in occasione della Cop26.
Al momento del lancio, Gfanz comprendeva aziende per 70 mila miliardi di dollari. Gli aderenti si impegnano ad adottare linee guida basate sulla scienza per raggiungere zero emissioni di carbonio alla metà del 2050.
La coalizione potrà contare sul supporto del magnate statunitense, **Michael Bloomberg**, che affiancherà Carney come co-presidente. Al totale degli asset di Gfanz, i gestori concorrono per 57mila miliardi, altri 63mila vengono dalle banche e 10mila dai fondi pensione.
Intanto la Climate Bonds Initiative ha stimato in 5mila miliardi di dollari il controvalore di green bond da emettere entro il 2025 per arginare la crisi climatica. Attualmente siamo a quota 1,475 trilioni di dollari che rappresenta poco più dell'1% del mercato obbligazionario totale.

ANTONELLO SANNA

PIR ALTERNATIVI: L'OPPORTUNITÀ SPIEGATA DA ANTONELLO SANNA

«I clienti che hanno investito a gennaio, ora stanno guadagnando quasi il 40%. Abbiamo in portafoglio tutte aziende Aim e di medie dimensioni»

di eleonora fraschini

I Pir Alternativi sono dei Piani individuali di risparmio finalizzati a incentivare gli investimenti, sia in capitale di rischio che in capitale di debito, nell'economia reale.
Il decreto Rilancio e il decreto Agosto hanno stabilito che gli investitori che sottoscrivono un Pir Alternativo, mantenendo l'investimento per cinque anni, potranno contare su una totale detassazione sugli utili, sul capital gain e sui dividendi.
I vantaggi quindi sono tanti, ma spesso si continua a parlare dei Pir in termini di investimenti troppo rischiosi e poco convenienti. Per fare chiarezza su questo tema, MAG ha intervistato **Antonello Sanna** che, dopo una lunga carriera nel mondo del banking e delle assicurazioni, nel 2009 ha fondato Solutions Capital Management (Scm) Sim.

Come funzionano i Pir alternativi?
Il Pir alternativo è molto più semplice del suo predecessore. L'investitore ha l'obbligo di scelta per almeno il 70% di aziende che non siano quotate nel Ftse Mib e deve mantenere l'investimento per cinque anni per poter beneficiare delle agevolazioni fiscali. È infatti importante sottolineare che il Pir è un vincolo per avere delle agevolazioni fiscali, non è uno strumento, come invece spesso sento dire. All'interno di questo insieme troviamo chi ne ha fatto delle polizze, chi ha scelto gli Eltif, che sono strumenti illiquidi, e chi, come noi, ha utilizzato la linea di gestione. Quindi in realtà le regole dell'investimento sono dettate dallo strumento che viene scelto, che determina la velocità a cui può essere liquidato, il prezzo, e se si investe su aziende quotate o non quotate.

> MI È CAPITATO DI LEGGERE CHE I PIR SONO STRUMENTI ILLIQUIDI: NON È VERO. OPPURE SI SENTE CHE SONO RISCHIOSI PERCHÉ INVESTONO SOLO IN AZIENDE NON QUOTATE, MA ANCHE QUESTO È FALSO

Perché è bene ribadire questi punti?
Mi è capitato di leggere che i Pir sono strumenti illiquidi: non è vero. Oppure si sente che sono particolarmente rischiosi perché investono solo in aziende non quotate, ma anche questo è falso. Il Pir è semplicemente una connotazione che ha delle implicazioni di carattere fiscale, ma è lo strumento sottostante che determina come viene declinato.
Nel nostro caso abbiamo una linea di gestione: il Pir deve essere sempre liquidabile entro poco tempo, al massimo un mese, ma noi comunque liquidiamo entro una decina di giorni. Non assumiamo rischi particolarmente elevati rispetto a una normale gestione azionaria. Chi dovesse utilizzare gli Eltif avrà tutt'altre caratteristiche. Su questo mi sembra ci sia invece una grande confusione e quindi è il momento di fare chiarezza.

Quali sono i punti di forza dei Pir?
La grande massa di risparmio che abbiamo nel nostro Paese spesso viene investita all'estero. L'idea del Pir invece è di aiutare l'investitore a tornare sul suolo italiano. L'altra questione da considerare è che, se tra cinque anni, chi oggi acquista il Pir dovesse uscire in perdita, avrebbe comunque fino a un 20% di credito fiscale. Significa che lo Stato si fa carico anche delle eventuali perdite che potrebbero realizzarsi nel 2021. Questo ambito non è quindi solo una scelta patriottica, ma è anche ben remunerato.

In quale modo gestite questo tipo di investimenti?
Ci siamo fatti assistere dall'advisory di Massimo Fuggetta Bayes Investments e siamo soddisfatti dei risultati raggiunti. I clienti che hanno investito a gennaio, ora stanno guadagnando quasi il 40%. Abbiamo in portafoglio tutte aziende Aim e di medie dimensioni con contenuti di tecnologia e innovazione, che sono ovviamente molto diverse dalle aziende presenti sui grandi indici. La normativa permette inoltre al singolo di avere un Pir tradizionale e uno alternativo, che hanno caratteristiche molto diverse. I Pir sono inoltre esenti da imposte di successione, quindi sono asset indicati anche per chi, magari in età avanzata, si vuole proteggere da quel punto di vista.

Perché i Pir sono stati spesso criticati?
Si è confuso lo strumento con la volontà della norma. L'obiettivo non era quello di definire una nuova categoria di strumenti,

IPEM

Feb. 1/2/3 2022
PALAIS DES FESTIVALS
CANNES - FRANCE - 7th EDITION

THE GREATEST PRIVATE CAPITAL EVENT

3,200 participants
50 countries
480 LPs
450 GPs
400 Advisors / Business Services

REGISTER NOW & SAVE!

Late Bird offer: 10% discount until December 17th, 2021

To benefit from this offer or learn more about exhibiting and sponsorship opportunities, contact:

catalina.basaguren@europ-expo.com
+33 (0)1 49 52 14 37

In partnership with:

LC PUBLISHING GROUP
FINANCECOMMUNITY

(Re)connect on: www.ipem-market.com #IPEM2022

ANTONELLO SANNA

ma di dire che tutti gli strumenti che hanno certe caratteristiche, a prescindere dal sottostante, possono usufruire di un beneficio fiscale. Quindi la volontà del legislatore era quella di investire la più ampia gamma possibile di strumenti. La confusione è nata dal fatto che la norma è trasversale agli strumenti, e così si è pensato che il Pir fosse uno di essi. Invece è una declinazione di qualsiasi strumento attraverso direttive precise, che danno vantaggi fiscali ma devono rispettare la regola di investire in Italia. Chi ha pensato che fosse illiquido probabilmente ha visto gli esempi pratici di chi aveva scelto questo tipo di investimento.

Per quale tipologia di investitori sono stati pensati?
La platea si estende a chiunque, a condizione che sappia che sta acquistando azioni. Quindi che sia consapevole che le oscillazioni sia in positivo che in negativo sono decisamente più importanti rispetto a un investimento obbligazionario. Se guardiamo il contesto in cui ci troviamo però, le obbligazioni rendono pochissimo quindi è molto più facile che siano proprio questi titoli a "far perdere soldi". Oggi, a differenza di quanto avrei detto qualche anno fa, non mi sento di affermare che le obbligazioni siano un asset alternativo o difensivo. Credo invece che un investitore debba diversificare tenendo conto, in base ai propri obiettivi, del premio per rischio che può ottenere. Il nostro Paese nell'ultimo anno è cambiato profondamente, sia dal punto di vista economico che politico. In questo contesto il Pir non si colloca come asset class centrale, ma può andare a comporre un portafoglio molto soddisfacente.

> CI SIAMO FATTI ASSISTERE DALL'ADVISORY DI MASSIMO FUGGETTA BAYES INVESTMENTS E SIAMO SODDISFATTI. ABBIAMO IN PORTAFOGLIO TUTTE AZIENDE AIM E DI MEDIE DIMENSIONI

Qual è il vostro metodo in questo momento di passaggio?
Abbiamo iniziato nel 2009 utilizzando quasi esclusivamente Etf e titoli diretti. Non ci limitiamo però alla gestione finanziaria. Il nostro metodo è quello di analizzare il cliente per capire che implicazioni ha nella famiglia, quali sono i suoi obiettivi, quali le risorse che ha a disposizione e come sono allocate, quali sono le spese che sta sostenendo. Facciamo un lungo percorso con i clienti, stabiliamo le priorità inderogabili e il modo in cui le raggiungeremo. La pianificazione finanziaria aiuta a capire qual è la dimensione del cash flow odierno e delle spese future. È un tema centrale sul quale però pochi riflettono: è ora di cambiare questo atteggiamento e di fare piani nel medio-lungo termine a partire dai propri obiettivi.

Missione, valori e visione della Cassa di Previdenza: LA LEGGE DEL DOPO DI NOI

di michele pirotta*

Assicurare le funzioni di **previdenza** e **assistenza** a favore degli iscritti e dei propri familiari, seguire rigidi valori di comportamento, trasparenza, diligenza e correttezza e avere una visione attenta al futuro e al sociale: sono questi i valori istituzionali ai quali fa riferimento l'attività delle casse privatizzate.

I cambiamenti in atto nel mondo delle professioni, così come l'evoluzione più generale del contesto sociale devono portarci a fornire nuove risposte alle nuove esigenze e ai bisogni emergenti.

Sempre più centrale sta diventando il ruolo dell'assistenza intesa sia in senso strategico, in funzione, quindi, di un welfare che possa portare ad un incremento nel livello di professionalità, sia in senso tradizionale, per garantire sostegno ai professionisti e ai loro familiari che si trovino a vivere momenti o situazioni di difficoltà.

Allo stesso tempo, di fronte allo scenario sociale complesso che l'emergenza pandemica ha solo contribuito a mettere in luce, è importante orientare l'azione degli enti che, come il nostro, si occupano di previdenza e assistenza verso un tipo di welfare "integrato" e "innovativo" in un'ottica inclusiva e che sia in grado di offrire nuovi servizi rinnovando la capacità di incidere sul contesto sociale per garantire attenzione e cura alle persone.

Con l'introduzione della legge 112/2016 entrata in vigore il 25 giugno 2016, si è aggiunto un ulteriore strumento per favorire il benessere, la piena inclusione sociale e l'autonomia delle persone con disabilità grave prive del sostegno dei genitori, perché defunti o non in grado di assistere i propri figli.

A tal proposito, vista l'opportunità di introdurre gli ulteriori strumenti meritevoli di recepimento, messi a disposizione dalla L. n. 112/2016 e considerato che l'esigenza di tutela oggetto e fine della predetta normativa - di carattere squisitamente assistenziale - risulta di interesse anche per gli iscritti alle casse, oltreché sicuramente lodevole dal punto di visto etico e sociale, il consiglio di amministrazione della Cassa Dottori Commercialisti ha approvato una nuova tipologia di intervento in questo ambito specifico.

Dal punto di vista tecnico l'obiettivo è di garantire la nostra presenza nel tempo, anche agendo in sinergia con le virtuose realtà che operano in ambiti e territori diversi per favorire il benessere e la promozione sociale, prevedendo l'istituzione, tramite atto notarile, di trust, vincoli di destinazione e fondi speciali composti di beni sottoposti a vincoli di destinazione a favore delle persone munite di disabilità grave, come definita dalla legge n. 104/1992, prive del sostegno genitoriale.

Ulteriore elemento sarà quello di concordare con associazioni e fondazioni specializzate in tema sanitario e assistenziale, anche di vicinanza territoriale, forme di collaborazione e divisione dei compiti, il tutto sempre con la finalità di soddisfare le esigenze di tutela della persona con grave disabilità.

Nella recente giornata di studio del 22 ottobre, dedicata alle tematiche di "Secondo rapporto Adepp sul welfare delle Casse di Previdenza Private" si è parlato anche di questo e di come tutte le casse privatizzate siano chiamate ad attuare questo tipo di politiche. L'implementazione di soluzioni ad hoc che, come Cassa Dottori Commercialisti abbiamo definito, fornirebbe un supporto concreto e un sollievo per le famiglie, ma anche uno strumento nuovo in grado di contribuire a disegnare un futuro che sia più equo e inclusivo per l'intera comunità.

GIANLUCA DETTORI

PERCHÉ È IL MOMENTO DI PUNTARE SULLA SPACE ECONOMY

MAG incontra Gianluca Dettori, fondatore di Primo Space. «Si prevede che dagli oltre 430 miliardi di dollari attuali si potrebbe arrivare ai mille miliardi entro dieci anni»

di claudia la via

L'Italia guarda allo spazio. E il resto del mondo guarda l'Italia. L'industria aerospaziale del nostro Paese occupa il sesto posto a livello globale e riveste un ruolo preminente all'interno dell'Agenzia spaziale europea. L'Italia è infatti il terzo partner in termini di contributi con una partecipazione del 13%, il secondo in Europa come budget spaziale in proporzione al Pil e oggi riesce a contribuire allo sviluppo di alcune tecnologie fondamentali in questo ambito. «La leadership industriale dell'Italia e la vasta disponibilità di aziende manifatturiere, di meccatronica, legate al mondo dell'automotive e della robotica ci consente di avere tutte le competenze per competere in questo settore a livello globale direttamente sul nostro territorio. Ed è un bel vantaggio competitivo», spiega Gianluca Dettori, fondatore di Primo Space. Dettori, impegnato da anni nel venture capital, con Primomiglio Sgr ha infatti dato vita al primo veicolo di investimento in campo europeo con focus sulla new space economy e che, a un anno dalla sua nascita (di cui avevamo parlato su mag 148), è stato riconosciuto dall'European investment fund come progetto più credibile in Europa in questo ambito.

Qual è il vantaggio competitivo dell'Italia sulla space economy?
L'Italia ha capacità industriali rilevanti in ambito spaziale: non solo sono presenti grandi attori come Avio, Leonardo, Thales Alenia Space e Telespazio, ma anche medie imprese e piccole imprese. Solo per fare alcuni esempi possiamo citare Sitael, specializzate nella ricerca e sviluppo per satelliti, sistemi di propulsione e impianti, Argotec nell'ambito delle tecnologie satellitari, Altec per i servizi logistici di supporto alla Stazione Spaziale Internazionale, e Planetek per l'utilizzo di dati geospaziali. E poi ci sono numerose scaleup e startup in diverse parti d'Italia, da Como a Trieste e fino a Napoli.

Il mondo del venture capital finora era stato distante dall'industria spaziale. Cos'è cambiato negli ultimi anni?
I mercati e le tecnologie legate allo spazio esercitano oggi un'attrattiva crescente nel mondo delle startup e del venture capital, ed è merito di diversi fattori. Primo fra tutti la tecnologia: negli ultimi anni, una combinazione peculiare di nuove applicazioni a terra, riduzione di costi, interconnessione con l'economia di Internet, applicazione di metodi di produzione agili e fattori geopolitici, hanno infatti portato a uno sviluppo significativo della space economy e a un'evoluzione della sua logica interna. A questo si aggiunge la commercializzazione del settore e la scelta della Nasa di aprire ai privati i mercati più strategici, e l'ingresso di tycoons digitali e grandi corporation del settore tecnologico che hanno cambiato il ritmo e il modo di operare di questa industria.

QUESTO È UN SETTORE CHE HA GIÀ VISTO AZIENDE DIVENTARE GIGANTESCHE IN POCHI ANNI, A PARTIRE DA SPACE-X CHE SOLO UNA DECINA DI ANNI FA ERA UNA PICCOLA STARTUP

Questo cosa ha comportato?
L'insieme di questi fattori ha generato negli ultimi cinque anni un mercato di investitori privati e di venture capitalist da tutto il mondo che hanno iniziato ad investire in startup del settore spaziale. Dai fondi sovrani di Abu Dhabi e dell'Arabia Saudita a investitori high-tech come la Softbank di Masaioshi Son, passando per i principali fondi di venture capital americani come Founders Fund, Sequoia Capital, Draper Fisher Jurvetson, First Round Capital e Bessember. Una crescita solida e costante che è destinata a intensificarsi.

Trattandosi di un settore in continuo divenire, quali sono le metriche per calcolare il valore dei target di investimento?
Lo spazio non è solo un settore, è un "ambiente"

WOMEN IN FINANCE

2020 ITALY AWARDS

Ambasciata Britannica Roma | Freshfields | Lener & Partners | Borsa Italiana

L'Ambasciata britannica a Roma, Freshfields Bruckhaus Deringer, Lener & Partners, in collaborazione con Borsa Italiana, hanno il piacere di invitarLa alla cerimonia di premiazione

Women in Finance

Italy Awards

Venerdì 26 novembre 2021, ore 16.30
Palazzo Mezzanotte
Piazza degli Affari 6 – Milano

Ospite d'eccezione
Beatrice Venezi
Direttore d'Orchestra

Segue cocktail

Per conferme e informazioni, per favore scrivere a:
ItalyWomenInFinance.RSVP@fco.gov.uk

Le adesioni saranno accolte fino al raggiungimento del numero massimo di posti disponibili, entro il 22 novembre.

Requisiti per ingresso
A seguito delle disposizioni di pubblica sicurezza sanitaria, l'accesso all'evento è consentito solo ed esclusivamente portando con sé, in formato digitale o cartaceo, uno dei seguenti documenti:

- Green Pass (cartaceo o digitale);
- Certificato di tampone negativo molecolare o antigenico rapido effettuato nelle 48 ore prima dell'evento.

Seguite sui social #WomeninFinance

MEDIA PARTNERS DELL'INIZIATIVA:

Corriere della Sera – La 27 ora | FinanceCommunity

IL TEAM DI PRIMO SPACE

dove si innestano diverse applicazioni: dal software alle tecnologie aerospaziali, dalle scienze della vita ai trasporti. Gli investimenti in questo settore non riguardano solo razzi, motori o satelliti. Un altro grande ambito di investimento è quello delle applicazioni che forniscono servizi costruiti sull'infrastruttura spaziale. Applicazioni che coprono i settori più diversi: dall'agricoltura, alle assicurazioni, alla logistica fino al marketing.
Si tratta di un business guidato dai dati e per il quale valgono le normali regole che applichiamo nel mondo del venture capital. Investiamo in aziende, abilitiamo imprenditori che grazie alla tecnologia sono in grado di creare valore e vantaggio competitivo.

Quanto vale oggi il mercato della space economy e perché può essere un importante driver di crescita anche per le aziende "terrestri"?
Si prevede che dagli oltre 430 miliardi di dollari attuali si potrebbe arrivare ai mille miliardi entro dieci anni. Numeri spinti anche dal "ritorno" di questi investimenti sull'economia terrestre. Solo per fare un esempio è in fase di costruzione una nuova grande infrastruttura spaziale che renderà possibili tantissimi nuovi servizi sulla terra, a partire dalle telecomunicazioni, con l'abbattimento totale del digital divide. Nel giro di pochi anni qualunque punto della terra sarà raggiungibile da un segnale broadband a costi molto accessibili con device abbastanza standard.
Ma la new space economy in futuro riguarderà temi molto più ampi, e molte delle cose necessarie per lavorare, vivere e spostarsi nello spazio dovranno essere prodotte direttamente nello spazio. La new space economy avrà bisogno di tantissimi servizi, prodotti e tecnologie per colonizzare lo spazio.

Primo Space ha concluso il primo anno di attività con una dimensione complessiva di 85 milioni di euro. Che margini di crescita vede nel breve termine essendo ancora uno dei pochi fondi al mondo specializzati nell'industria spaziale?
Oggi investiamo su aziende che secondo il nostro giudizio possono diventare molto significative.
A breve termine siamo concentrati sul creare un

LCPUBLISHINGGROUP

MAG

IL QUINDICINALE DIGITALE GRATUITO

DEDICATO ALLA BUSINESS COMMUNITY

In ogni numero:

- Interviste ad avvocati, in house, fiscalisti, bankers, chefs, imprenditori
- Studi di settore
- Report post awards/eventi
- Video interviste

Seguici su

Per abbonarsi alla versione cartacea scrivere a
info@lcpublishinggroup.it

Cerca MAG su

Download on the App Store

GET IT ON Google Play

A BREVE TERMINE SIAMO CONCENTRATI SUL CREARE UN PORTAFOGLIO DI 25-30 SOCIETÀ SPAZIALI AD ALTISSIMO POTENZIALE, PER POI CONTINUARE A INVESTIRE NEL PORTAFOGLIO FINO AL 2030

portafoglio di 25-30 società spaziali ad altissimo potenziale, per poi continuare ad investire nel portafoglio fino al 2030. Non si tratta solo di gestione del capitale. La nostra specializzazione è un grande vantaggio competitivo, stiamo attraendo imprenditori da tutto il mondo, proprio perché siamo in grado di proporre una piattaforma di sviluppo grazie al nostro network nel settore. Il team di scouting ha già esaminato 600 dossier di investimento, mentre in parallelo abbiamo già portato avanti sei investimenti in diverse startup del settore ad alto potenziale.

L'interesse da parte dei venture capitalist e di altri investitori sull'ecosistema delle startup spaziali è innegabile. Perché?
Perché i numeri non mentono: questo è un settore che ha già visto aziende diventare gigantesche in pochi anni, a partire da Space-X che solo una decina di anni fa era una piccola startup con qualche decina di dipendenti, e che oggi è un colosso strategico che domina il mercato commerciale dello spazio con un valore di un centinaio di miliardi di dollari. Una Google della new space economy che intorno a sé sta creando un intero settore privato.

Che orizzonte temporale d'investimento necessita la space economy?
Non si può parlare di orizzonte temporale, ma di una nuova prospettiva, di un modo diverso di guardare il nostro posto nell'universo. Entro la fine di questo secolo l'umanità potrebbe essere già diventata a tutti gli effetti una specie interplanetaria. La prospettiva diversa è quella di pensare che questo potrebbe essere l'inizio dell'era in cui l'uomo non è solo più un terrestre, ma un cittadino dell'universo.

LCPUBLISHINGGROUP

FINANCECOMMUNITY AWARDS

7^ Edizione

18.11.2021

PALAZZO DEL GHIACCIO
Via Giovanni Battista
Piranesi, 14 • Milano

19:15 Accredito
19:30 Aperitivo
20:15 Premiazione
21:00 Cena

I VINCITORI SU in DALLE ORE 20:15

Partners

SBNP Biscozzi Nobili Piazza Studio legale tributario
Cappelli RCCD Studio Legale
Carnelutti Lawfirm
Chiomenti
Cleary Gottlieb
大成 Dentons
DLA Piper
Gattai, Minoli, Partners Studio Legale
Gianni & Origoni
GT Greenberg Traurig Santa Maria
Herbert Smith Freehills
Latham & Watkins
Legance Avvocati Associati
Lexia Avvocati
Maisto e Associati
Morpurgo e Associati Studio Legale
orrick
simmons + simmons
Studio Rock Tax & Legal
SS&C
Intra Links

Sponsors

Accuracy in excellent company
AON
Crédit Agricole

#FinancecommunityAwards

Per informazioni: martina.greconaccarato@lcpublishinggroup.it

FINANCECOMMUNITY AWARDS

GIURIA

Alessandro Asperti
Director,
Cubico Sustainable Investments

Elisabetta Costa
Founding Partner,
Arpinge SPA

Davide Di Federico
Managing Director,
ValeCap

Marco Dimauro
Chief Financial Officer,
CioccolatItaliani Group

Marco Fantoni
Amministratore,
Mecar

Paolo Fietta
Direttore Generale Corporate & Group CFO,
Gruppo Il Sole 24 ORE

Igor Calcio Gaudino
Director,
Cultraro Group

Sergio Iasi
Presidente e Partner,
Itaca Equity Holding

Gianluca Iuliano
Head of M&A, Corporate Finance & Business Development,
Fininvest

Marco Maggi
Business Development Manager,
Gruppo Sanpellegrino

Roberto Micoli
Group Head of Finance,
Falck Renewables

Valentina Montanari
Group CFO,
Gruppo FNM

Gian Marco Nicelli
Amministratore Delegato,
Vulcano

Chiaffredo Rinaudo
Chief Financial Officer,
Snaitech

Massimo Sala
Group CFO,
Trevi Finanziaria

Eugenio Siri
Head of M&A,
A2A

Fabio Tomassini
Amministratore Delegato e Direttore Generale,
Gruppo Risparmio Casa

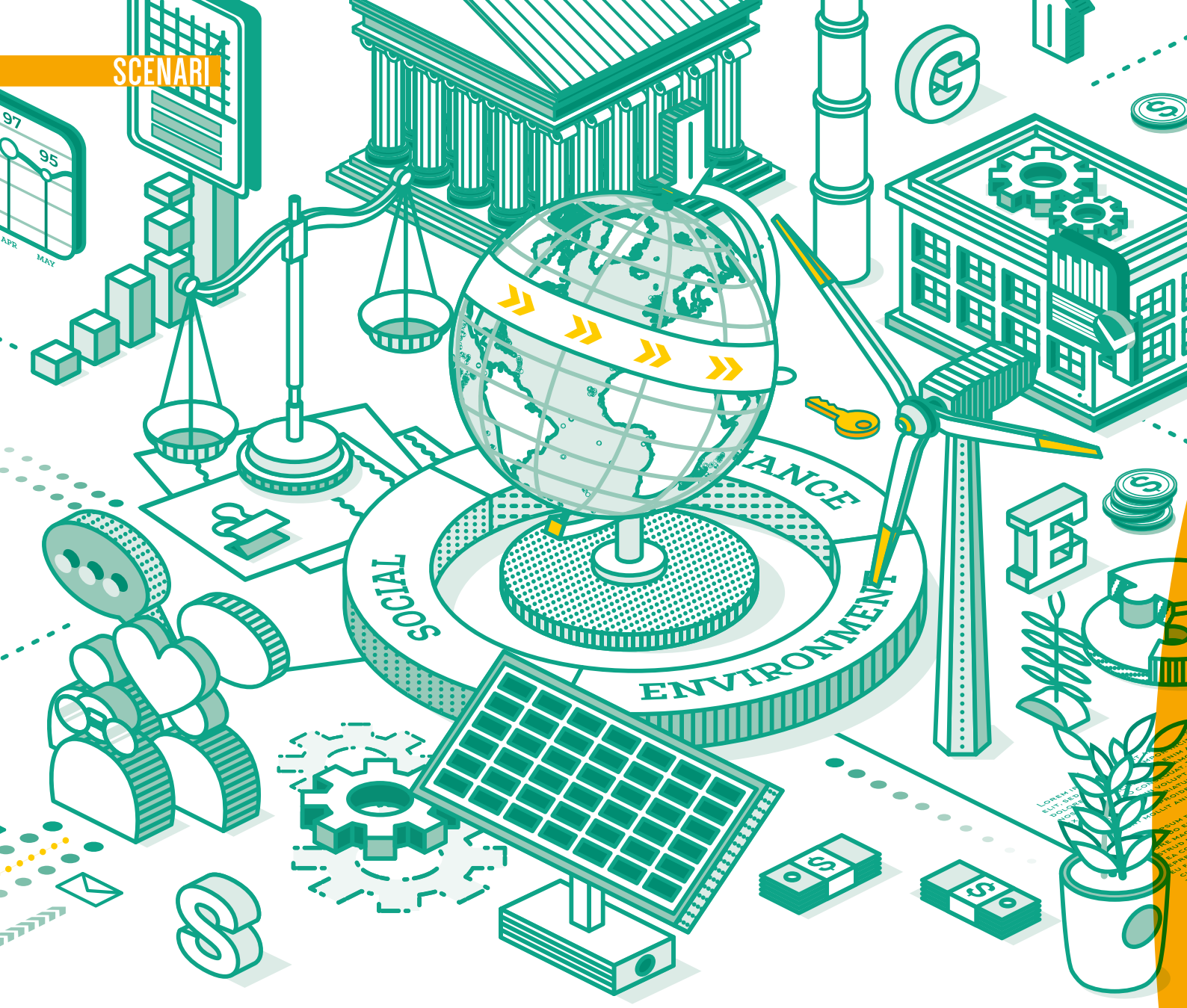
Silvana Toppi
Controls and Compliance Finance Director,
HP Italy

Eleonora Tortora
CFO ed Investor Relator,
GRUPPO PLT Energia

Graziano Verdi
Presidente Italflor CEO,
Italcer Group

#FinancecommunityAwards

Per informazioni: martina.greconaccarato@lcpublishinggroup.it



EFFETTO ESG

La finanza cambia pelle. La sostenibilità, da nicchia etica, sta diventando il driver dominante nelle dinamiche del settore. Secondo le stime Gsia, più di un terzo degli asset finanziari globali, più precisamente il 35,9%, sono gestiti secondo criteri di sostenibilità

di claudia la via

Con il nuovo indice Mib ESG lanciato a metà ottobre, anche la Borsa italiana si è – finalmente – adeguata alla nuova realtà della finanza sostenibile. Sembrano passati secoli da quando Larry Fink, storico presidente di BlackRock, annunciava in un'intervista al *Financial Times* che «l'investimento sostenibile sarà una componente chiave del modo in cui ognuno investirà nel futuro» e prevedeva una crescita poderosa degli asset gestiti secondo criteri di sostenibilità nel giro di un decennio. Era solo il 2018 e l'espansione della finanza sostenibile è stata fin qui forse anche più rapida di quanto si aspettasse Fink. La Global Sustainable Investment Alliance (Gsia) calcola che il totale degli asset gestiti secondo criteri ESG, cioè seguendo obiettivi positivi sul fronte dell'ambiente, della società o della governance, sono aumentati del 15% negli ultimi due anni e del 55% in quattro anni, fino a raggiungere nel 2020 i 35.301 miliardi di dollari. Significa, stima sempre la Gsia, che oggi più di un terzo degli asset finanziari globali, più precisamente il 35,9%, sono gestiti secondo criteri di sostenibilità.

La finanza sostenibile sta vivendo con un'impressionante rapidità il passaggio dalla dimensione di "nicchia etica" del mondo finanziario a realtà *mainstream*. Con l'ambizione di diventare presto l'unico approccio all'investimento accettato dall'investitore medio. Merito soprattutto del problema ambientale. La lotta al riscaldamento climatico è una sfida che tutte le aziende oggi sono esplicitamente chiamate ad affrontare. Lo chiedono le organizzazioni internazionali, i governi, ma soprattutto lo chiedono i consumatori, sempre più attenti all'impatto ambientale delle proprie scelte quotidiane. Vale per i prodotti che si acquistano ma anche per le scelte di investimento.

LCPUBLISHINGGROUP
FINANCECOMMUNITY

大成 DENTONS

PRE-OPENING COCKTAIL

FINANCECOMMUNITY WEEK

MERCOLEDÌ 10 NOVEMBRE 2021

ORE 19.00

CRACCO IN GALLERIA

VIA SILVIO PELLICO, 6 | 20121 MILANO

DURANTE LA SERATA
VERRÀ PRESENTATA LA LISTA
"I 50 DELLA FINANZA"
DI FINANCECOMMUNITY.IT PER MAG.

Per la partecipazione, è necessario essere in possesso del green pass o dell'esito negativo di un tampone effettuato nelle 48 ore precedenti all'evento.

Per informazioni: martina.greconaccarato@lcpublishinggroup.it - +39 02.36.72.76.59

Il Covid ha anche rafforzato questa tendenza. Un sondaggio del Boston Consulting Group del 2020 ha rilevato che la pandemia ha reso circa il 90% dei consumatori più attenti ai fattori ESG. Uno studio Schroders Investor, sempre del 2020, ha mostrato che il 47% delle persone in tutto il mondo è attratto da investimenti sostenibili a causa del loro più ampio impatto ambientale.

In questo contesto di forte crescita diventa più urgente riuscire a fare ordine e mettere trasparenza nel mondo della finanza sostenibile. Perché molte aziende hanno approfittato dell'assenza di regole per proporsi come società attente alla sostenibilità e hanno cavalcato solo a parole l'onda verde di questi anni. Il contrasto al *greenwashing* è quindi una concreta necessità del sistema economico moderno e l'Unione Europea, che fino allo scorso anno è stata anche leader mondiale nella realtà della finanza sostenibile, è stata la prima a muoversi per imporre regole precise. Lo ha fatto prima con il Sustainable Finance Action Plan, pubblicato nel 2018, quindi con le regole sulla tassonomia degli investimenti sostenibili, in vigore dal 2020, e infine con il regolamento sulla trasparenza della finanza sostenibile (Sfdr), approvato lo scorso marzo.
Le nuove regole europee impongono a ogni soggetto finanziario – banche, assicurazioni, società di gestione del risparmio, consulenti, fondi – di inserire nei propri siti web e nei documenti pre-contrattuali le soluzioni concrete per integrare i criteri di sostenibilità nelle politiche di investimento. Le norme sulla tassonomia definiscono invece secondo criteri precisi e misurabili quali investimenti possono essere presentati come "sostenibili" e quali no. Mancano solo i chiarimenti definitivi rispetto ad alcuni aspetti tecnici, ma presto la Commissione europea potrebbe consentire l'applicazione di una sorta di "bollino verde" di sostenibilità.

Nuove regole simili a quelle europee sono allo studio anche negli Stati Uniti. La speranza è che il contrasto ai tentativi di *greenwashing*, reso possibile dalle norme, possa spingere ulteriormente il contributo che il mondo finanziario può dare alla lotta al cambiamento climatico e, più in generale, al miglioramento della vita sul nostro pianeta.
Già oggi si iniziano a vedere gli effetti di questa stretta regolatoria.
Il primo metodo di investimento sostenibile riguarda le cosiddette strategie di esclusione: i grandi fondi di investimento scelgono quali aziende escludere dai loro portafogli per i problemi ambientali, sociali o di governance che possono avere. Ogni volta che un grande fondo decide di adottare criteri ESG nella scelta dei suoi investimenti, le aziende che hanno punteggi di sostenibilità bassi o non si sono mai adoperate per ottenere un *rating* ESG rischiano di scivolare fuori dal portafoglio ed essere semplicemente "dimenticate" da un grande investitore. Questo *driver* di mercato sta costringendo decine di migliaia di aziende quotate in tutto il mondo a un cambiamento rapido in chiave sostenibile.
La seconda grande trasformazione riguarda l'aspetto dei finanziamenti. Emettere un'obbligazione non-green, di questi tempi, sta diventando un'operazione rischiosa o comunque costosa, perché sul mercato c'è sempre più domanda di investimenti sostenibili. Solo nel primo trimestre del 2021 i *sustainable bond* hanno rappresentato l'11,5% di tutta

LE NUOVE REGOLE UE IMPONGONO A OGNI SOGGETTO FINANZIARIO DI INSERIRE NEI SITI WEB E NEI DOCUMENTI PRE-CONTRATTUALI LE SOLUZIONI CONCRETE PER INTEGRARE I CRITERI DI SOSTENIBILITÀ NELLE POLITICHE DI INVESTIMENTO

COIMA

Real Estate, since 1974

Real Estate Forum X

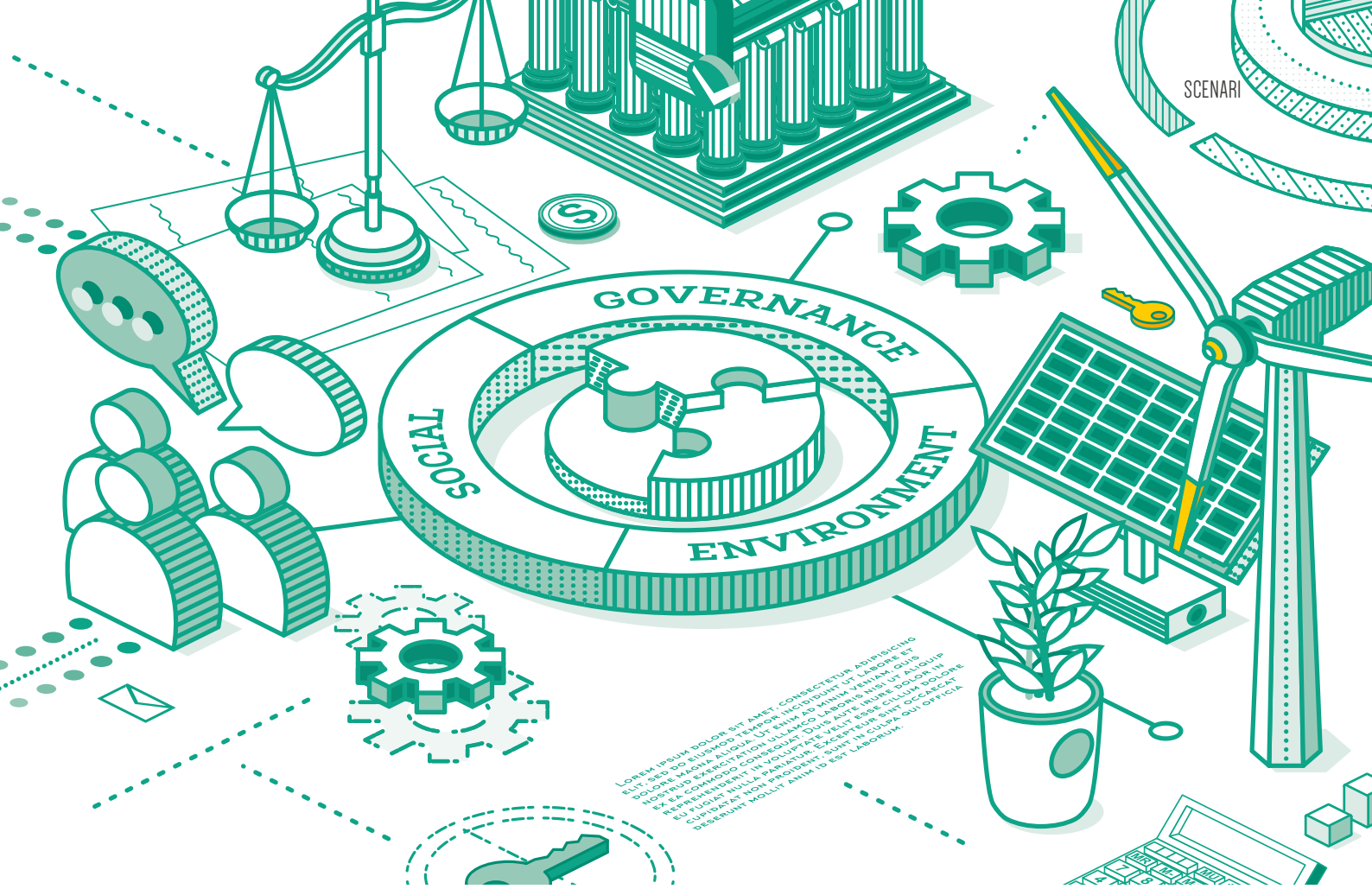
SCENARIO DEL MERCATO IMMOBILIARE ITALIANO

26 OTTOBRE 2021 / ORE 10.30

REGISTRATI QUI

www.webinarspro.it/coimaforum

Apertura	**Roberto Cingolani** Ministro della Transizione Ecologica	
Scenario di mercato	**Komal Sri-Kumar** President, Sri-Kumar Global Strategies, Inc	**Gabriele Bonfiglioli** Chief Investment Officer, COIMA
Rigenerazione Urbana Sostenibile	**Manfredi Catella** Founder & CEO, COIMA	
National Recovery & Resilience Plan: la rigenerazione del territorio come motore industriale della ripresa economica italiana	**Mariangela Pira** / *Moderatrice* Giornalista, SkyTg24 **Silvana Chilelli** CEO, Eurizon Capital Real Asset SGR **Paolo Gencarelli** Head of Group Real Estate, Poste Italiane **Alberto Oliveti** Presidente, ADEPP	**Marco Doglio** / *Introduzione* Chief Real Estate Officer, Cassa Depositi Prestiti **Carla Patrizia Ferrari** CFO, Fondazione Compagnia di San Paolo **Francesca Maione** Componente del Consiglio di Amministrazione - INAIL **Valeria Picchio** Coordinatrice del Comitato tecnico, Assofondi Pensione
ESG: opportunità, sfide e best practice negli investimenti in real assets	**Méka Brunel** CEO, Gecina **Karim Habra** Head of Europe and Asia-Pacific Real Estate, Ivanhoé Cambridge	**Luciano Gabriel** Chairman PSP Swiss Property **Andrea Orlandi** Managing Director and Head of RE Investments Europe CPP Investment Board
Considerazioni finali	**Fabrizio Pagani** Global Head of Economics and Capital Market Strategy, Muzinich & Co.	



NEL PRIMO TRIMESTRE DEL 2021 I *SUSTAINABLE* BOND HANNO RAPPRESENTATO L'11,5% DI TUTTA L'ATTIVITÀ DI MERCATO DEL CAPITALE DI DEBITO, CON UN'EMISSIONE TOTALE CHE HA SUPERATO I 400 MILIARDI DI DOLLARI: +200%

l'attività di mercato del capitale di debito, con un'emissione totale che ha superato i 400 miliardi di dollari, con un incremento di oltre il 200% rispetto allo stesso periodo del 2020.
C'è infine la crescente attenzione verso quei settori che oggi sono la nicchia della finanza sostenibile, ma che presto potrebbero diventare anch'essi *mainstream:* ad esempio tutto il mondo dell'impact investing o del community investing, che oggi vale circa 352 miliardi di dollari ed è fatto di obbligazioni concepite per finanziare specifici progetti di impatto sociale positivo, dimostrato e misurabile. Spesso i tassi di questo tipo di prodotti si legano al raggiungimento o meno degli obiettivi di sostenibilità prefissati.

La pandemia potrebbe dare un'ulteriore accelerazione a questo processo. Il Covid ha infatti dimostrato quanto le situazioni sanitarie di singoli Paesi fossero problematiche e come i loro problemi abbiano poi potuto contagiare il resto del pianeta. Nello stesso tempo, tra gli effetti economici del coronavirus c'è stato anche un significativo aumento delle diseguaglianze, sia all'interno dei Paesi che tra una nazione e l'altra. Tutte questioni che possono essere risolte soltanto con massicci investimenti, che per gli obiettivi che si pongono non possono che essere "sostenibili". A questo si aggiunge lo sforzo internazionale per lo sviluppo di progetti ambientali capaci di aiutare il pianeta a raggiungere obiettivi ambiziosi come l'azzeramento delle emissioni nel 2050. In un contesto di questo tipo, la finanza sostenibile ha davanti ancora ampi margini di crescita. Gli operatori sono avvertiti: chi non sarà capace di adeguarsi rapidamente rischia di finire fuori dal mercato.

FINANCECOMMUNITYWEEK

LCPUBLISHINGGROUP

15-19 NOVEMBER 2021 MILAN

3rd EDITION

PATROCINIO Comune di Milano

The global event for the finance community

Platinum Partners

CHIOMENTI

Freshfields

VITALE

Gold Partners

Accuracy

AON Empower Results®

ALANTRA

FENERA PARTNERS

FIVELEX STUDIO LEGALE E TRIBUTARIO

GattiPavesiBianchiLudovici

MEDIOBANCA

Morpurgo e Associati Studio Legale

SS&C INTRA LINKS

Silver Partners

Arkios Italy

BRERA FINANCIAL ADVISORY A Clearwater International Company

DC advisory

GATTAI, MINOLI, PARTNERS STUDIO LEGALE

STPG Scouting Capital Advisors

Supporters

AIFI Italian Private Equity, Venture Capital and Private Debt Association

ANDAF Associazione Nazionale Direttori Amministrativi e Finanziari

FONDAZIONE DEI DOTTORI COMMERCIALISTI DI MILANO Studi di Alta Formazione dal 1993 SAF - LUIGI MARTINO

#financecommunityweek

For information: anna.palazzo@lcpublishinggroup.it • +39 02 36727659

Financecommunity Week 2021 – Program (in progress)

Open with registration
Invitation only

MONDAY 15 NOVEMBER					
09:00 - 13:00		Opening Conference: Italy's Recovery Plan: Reforms And Investments	M&M VITALE CHIOMENTI	**Four Seasons Hotel Milan Via Gesù 6/8, Milan**	REGISTER
14:15-16:15		Roundtable: Managing Risks in M&A Transactions	AON Empower Results®	**Four Seasons Hotel Milan Via Gesù 6/8, Milan**	REGISTER
16:30 - 18:30		Roundtable: Ipos and structured funding solutions to foster asset growth and business development of innovative lenders and corporates	ALANTRA	**Four Seasons Hotel Milan Via Gesù 6/8, Milan**	REGISTER
TUESDAY 16 NOVEMBER					
08:45 - 10:45		Roundtable: Creating sustainable value through great people decisions	Morpurgo e Associati Studio Legale	**Four Seasons Hotel Milan Via Gesù 6/8, Milan**	REGISTER
11:00 - 13:00		Roundtable: Private clients and family offices: need of tailor made solutions & opportunities for the Italian growth	5FIVELEX STUDIO LEGALE E TRIBUTARIO	**Four Seasons Hotel Milan Via Gesù 6/8, Milan**	REGISTER
14:00-16:00		Roundtable: Carried interest & tools to attract international funds managers	GattiPavesiBianchiLudovici	**Four Seasons Hotel Milan Via Gesù 6/8, Milan**	REGISTER
16:30-18:30		Roundtable: Private Equity: Looking Far... East	FENERA PARTNERS	**Four Seasons Hotel Milan Via Gesù 6/8, Milan**	REGISTER
WEDNESDAY 17 NOVEMBER					
09:00 - 12:30		Conference: Energy transition and economic growth financing	CHIOMENTI	**Four Seasons Hotel Milan Via Gesù 6/8, Milan**	REGISTER
14:00-16:00		Roundtable: Technology and M&A: what to expect in a post-COVID world?	SS&C INTRALINKS	**Four Seasons Hotel Milan Via Gesù 6/8, Milan**	REGISTER
THURSDAY 18 NOVEMBER					
09:00 - 13:00		Conference: Unlikely to Pay: perspectives, opportunities and risks	Freshfields	**Four Seasons Hotel Milan Via Gesù 6/8, Milan**	REGISTER
19:15 - 23:30		Financecommunity Awards	FINANCECOMMUNITY AWARDS	**Palazzo del Ghiaccio Via Giovanni Battista Piranesi 14, Milan**	INFO

SEE YOU FROM
15 TO 19 NOVEMBER 2021

for information please send an email to: anna.palazzo@lcpublishinggroup.it

PATROCINIO Comune di Milano

FINANCECOMMUNITYWEEK
LCPUBLISHINGGROUP

minima moralia M&M

VITALE

CHIOMENTI

MONDAY 15 NOVEMBER
TUESDAY 16 NOVEMBER
WEDNESDAY 17 NOVEMBER
THURSDAY 18 NOVEMBER
FRIDAY 19 NOVEMBER

09.00 - 13.00

FOUR SEASONS HOTEL MILAN

Via Gesù, 6/8
Milan, Italy

Event to be held in

GREEN PASS OR NEGATIVE TEST REQUIRED. FOR MORE INFO

OPENING CONFERENCE

ITALY'S RECOVERY PLAN: REFORMS AND INVESTMENTS

08.45 Registrations & Welcome Coffee
09.05 Greetings from **Aldo Scaringella**, Managing Director *LC Publishing Group*
09.10 Welcome Message
Orlando Barucci, Managing Partner, *Vitale & Co.*
09.15 Opening Speech
Fabrizio Pagani, Global Head of Economics and Capital Market Strategy, *Muzinich & Co*
09.40 Dialogue
Francesco Giavazzi, Senior Professor of Economics, *Bocconi University* and Visiting Professor, MIT, Economic Advisor, Office of the President, *Council of Ministers*
Ferruccio De Bortoli, Journalist, *Corriere della Sera*
MODERATOR
Nicola Di Molfetta, Editor-in-Chief *Financecommunity* & *MAG*
10.25 Keynote speech
Matteo Del Fante, CEO & General Manager, *Poste Italiane*
10.45 Coffee Break
11.15 CEO Insights: "*NRRP & businesses; impact, reaction, expectations.*"
SPEAKERS
Giuseppe Castagna, CEO, *Banco BPM*
Gregorio Consoli, Managing Partner, *Chiomenti*
Giovanna Della Posta, CEO, *Invimit Sgr*
Corrado Passera, Founder & CEO, *illimity*
Anna Tavano, Co-head of Global Banking Continental Europe, *HSBC*
MODERATOR
Nicola Di Molfetta, Editor-in-Chief *Financecommunity* & *MAG*
12.15 Closing Speeches
Roberto Sambuco, Partner, *Vitale & Co.*
Enrico Giovannini, Minister of Sustainable Infrastructures and Mobility
12.45 Q&As
13.00 Lunch

REGISTER NOW

#financecommunityweek

For information: **anna.palazzo@lcpublishinggroup.it** • **+39 02 36727659**

PATROCINIO Comune di Milano

FINANCECOMMUNITYWEEK
LCPUBLISHINGGROUP

AON Empower Results®

MONDAY 15 NOVEMBER
TUESDAY 16 NOVEMBER
WEDNESDAY 17 NOVEMBER
THURSDAY 18 NOVEMBER
FRIDAY 19 NOVEMBER

ROUNDTABLE

MANAGING RISKS IN M&A TRANSACTIONS

15 NOVEMBER 2021 • 14.15 - 16.15

Four Seasons Hotel Milan
Via Gesù, 6/8
Milan, Italy

Speakers
Andrea Foti, Managing Director, Head of M&A and Transaction Solutions Southern Europe, *Aon*
Francesco Gianni, Founding Partner, *Gianni & Origoni*
Giulia Maria Governa, Director, *Lazard*
Mauro Roversi, Partner e CIO, *Ambienta Sgr*
Laura Segni, General Counsel, *IMI Corporate & Investment Banking*
Umberto Simonelli, Chief Legal & Corporate Affairs Officer - Company Secretary, *Brembo S.p.A.*

Moderator
Eleonora Fraschini, Editor *Financecommunity.it*

Event to be held in

GREEN PASS OR NEGATIVE TEST REQUIRED. FOR MORE INFO

REGISTER NOW

#financecommunityweek

For information: **anna.palazzo@lcpublishinggroup.it** • +39 02 36727659

PATROCINIO Comune di Milano

FINANCECOMMUNITYWEEK
LCPUBLISHINGGROUP

ALANTRA

MONDAY 15 NOVEMBER
TUESDAY 16 NOVEMBER
WEDNESDAY 17 NOVEMBER
THURSDAY 18 NOVEMBER
FRIDAY 19 NOVEMBER

ROUNDTABLE

IPOS AND STRUCTURED FUNDING SOLUTIONS TO FOSTER ASSET GROWTH AND BUSINESS DEVELOPMENT OF INNOVATIVE LENDERS AND CORPORATES

15 NOVEMBER 2021 • 16.30 - 18.30 **Cocktail to follow**

Four Seasons Hotel Milan

Via Gesù, 6/8
Milan, Italy

Speakers

Renato Limuti, Managing Director ***Alantra***, Head of Credit Portfolio Advisory Italy
Giuseppe Marsella, Managing Director & Head of Research of ***Alantra*** ECM Italy

Francesco Banfi, Founder and Chief Executive Officer ***brumbrum***
Alberto Maglione, Executive Vice President and Board Member ***Farmaè***
Sandro Marcucci, Chief Financial Officer ***Alba Leasing***
Attilio Mazzilli, Partner ***Orrick***
Luca Mori, Portfolio Manager ***Algebris Investments***

Event to be held in

GREEN PASS
OR NEGATIVE TEST
REQUIRED.
FOR MORE INFO

REGISTER NOW

#financecommunityweek

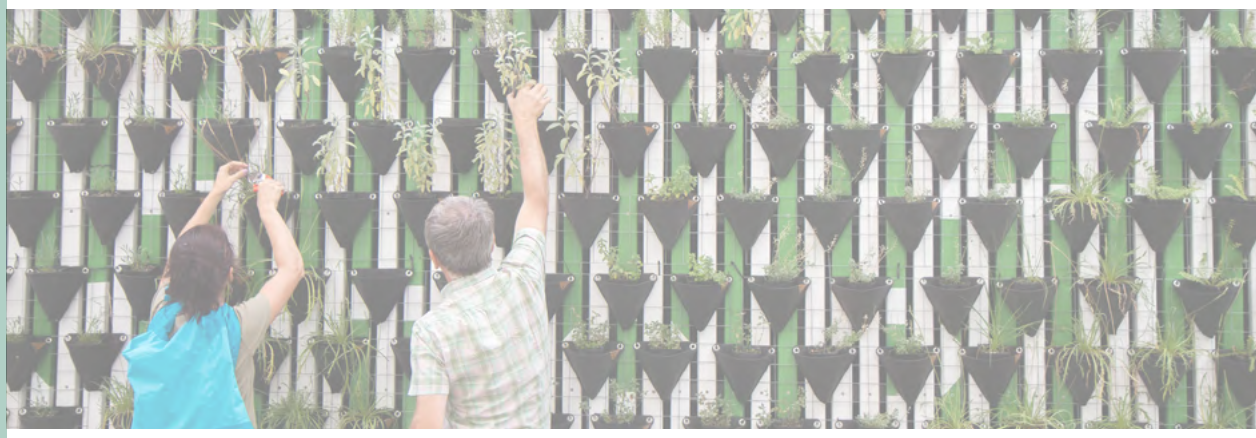
For information: **anna.palazzo@lcpublishinggroup.it** • +39 02 36727659

PATROCINIO Comune di Milano

FINANCECOMMUNITYWEEK
LCPUBLISHINGGROUP

Morpurgo e Associati
Studio Legale

MONDAY 15 NOVEMBER
TUESDAY 16 NOVEMBER
WEDNESDAY 17 NOVEMBER
THURSDAY 18 NOVEMBER
FRIDAY 19 NOVEMBER



ROUNDTABLE

CREATING SUSTAINABLE VALUE THROUGH GREAT PEOPLE DECISIONS

16 NOVEMBER 2021 • 08.45 - 10.45

Four Seasons Hotel Milan
Via Gesù, 6/8
Milan, Italy

SPEAKERS

Tommaso Arenare, *Egon Zehnder*
Alberica Brivio Sforza, Managing Director Italia, *Lombard Odier*
Valerio Camerano, Managing Director, *Algebris Investments*
Ilaria Dalla Riva, Head People & Culture, *UniCredit Italia*
Claudio Morpurgo, *Morpurgo e Associati*
Alessia Mosca, Director, *Crédit Agricole*

MODERATOR

Ilaria Iaquinta, Managing Editor *LC Publishing Group*

Event to be held in

GREEN PASS
OR NEGATIVE TEST
REQUIRED.
FOR MORE INFO

REGISTER NOW

#financecommunityweek

For information: **anna.palazzo@lcpublishinggroup.it** • +39 02 36727659

PATROCINIO Comune di Milano

FINANCECOMMUNITYWEEK
LCPUBLISHINGGROUP

FIVELEX STUDIO LEGALE E TRIBUTARIO

MONDAY 15 NOVEMBER
TUESDAY 16 NOVEMBER
WEDNESDAY 17 NOVEMBER
THURSDAY 18 NOVEMBER
FRIDAY 19 NOVEMBER

ROUNDTABLE

PRIVATE CLIENTS AND FAMILY OFFICES: NEED OF TAILOR MADE SOLUTIONS & OPPORTUNITIES FOR THE ITALIAN GROWTH

16 NOVEMBER 2021 • 11.00 - 13.00

Four Seasons Hotel Milan
Via Gesù, 6/8
Milan, Italy

SPEAKERS
Paolo Basilico, CEO *Samhita Investments*
Alberto Cirillo, Managing Director *Goldman Sachs International*
Francesco Di Carlo, Co-Managing Partner *Fivelex Studio Legale e Tributario*
Angela Gamba, Family Officer *FPS Investments*
Paolo Gualdani, CEO *Angel Capital Management*
Francesco Mantegazza, Co-Managing Partner *Fivelex Studio Legale e Tributario*
Chiara Palmieri, CEO *Tack SCF*
Stefano Vecchi, Head of Wealth Management & Private Banking Italy *UniCredit*

Moderator
Eleonora Fraschini, Editor *Financecommunity.it*

Event to be held in

GREEN PASS OR NEGATIVE TEST REQUIRED. FOR MORE INFO

REGISTER NOW

#financecommunityweek

For information: **anna.palazzo@lcpublishinggroup.it** • +39 02 36727659

PATROCINIO Comune di Milano

FINANCECOMMUNITYWEEK
LCPUBLISHINGGROUP

GattiPavesiBianchiLudovici

MONDAY 15 NOVEMBER
TUESDAY 16 NOVEMBER
WEDNESDAY 17 NOVEMBER
THURSDAY 18 NOVEMBER
FRIDAY 19 NOVEMBER

ROUNDTABLE

CARRIED INTEREST & TOOLS TO ATTRACT INTERNATIONAL FUNDS MANAGERS

16 NOVEMBER 2021 • 14.00 - 16.00

Four Seasons Hotel Milan
Via Gesù, 6/8
Milan, Italy

Event to be held in

SPEAKERS

Arabella Caporello, Partner *L Catterton*
Paolo Ludovici, Partner *Gatti Pavesi Bianchi Ludovici*
Michele Marocchino, Managing Director *Lazard*
Fabrizio Pagani, Global Head of Economics and Capital Market Strategy *Muzinich & Co.*
Maurizia Villa, Managing Director *Korn Ferry*

GREEN PASS OR NEGATIVE TEST REQUIRED.
FOR MORE INFO

REGISTER NOW

#financecommunityweek

For information: **anna.palazzo@lcpublishinggroup.it** • +39 02 36727659

PATROCINIO Comune di Milano

FINANCECOMMUNITYWEEK
LCPUBLISHINGGROUP

FENERA PARTNERS

MONDAY 15 NOVEMBER
TUESDAY 16 NOVEMBER
WEDNESDAY 17 NOVEMBER
THURSDAY 18 NOVEMBER
FRIDAY 19 NOVEMBER

ROUNDTABLE

PRIVATE EQUITY: LOOKING FAR... EAST

16 NOVEMBER 2021 • 16.30 - 18.30 **Cocktail to follow**

Four Seasons Hotel Milan

Via Gesù, 6/8
Milan, Italy

SPEAKERS

Giovanni B. Andornino, Assistant Professor of International Relations of East Asia at the Department of Culture, Politics and Society, *University of Torino*
Frederic Azemard, Managing Partner, *TR Capital (Hong Kong)*
Fred Hu, Founder, Chairman and CEO, *Primavera Capital Group (Beijing)*
Pietro Mazza Midana, Founder and Member of the Board, *Fenera & Partners SGR*
Emanuele Musso, Head of Institutional Sales and Member of the Board, *Fenera & Partners SGR*
Giacomo Stratta, Founder, CEO, and CIO, *Fenera & Partners SGR*
Kasper Wichmann, Senior Portfolio Manager of Private Equity, *Nykredit Asset Management*

Event to be held in

GREEN PASS
OR NEGATIVE TEST
REQUIRED.
FOR MORE INFO

REGISTER NOW

#financecommunityweek

For information: **anna.palazzo@lcpublishinggroup.it** • +39 02 36727659

PATROCINIO Comune di Milano

FINANCECOMMUNITYWEEK
LCPUBLISHINGGROUP

CHIOMENTI

MONDAY 15 NOVEMBER
TUESDAY 16 NOVEMBER
WEDNESDAY 17 NOVEMBER
THURSDAY 18 NOVEMBER
FRIDAY 19 NOVEMBER

09.15 - 12.45

FOUR SEASONS HOTEL MILAN

Via Gesù, 6/8
Milan, Italy

CONFERENCE

ENERGY TRANSITION AND ECONOMIC GROWTH FINANCING

09.15 Registrations & Welcome Coffee
09.30 Welcome Greeting
09.45 Keynote Speeches
Marco Alverà, CEO *Snam*
Filippo Modulo, Managing Partner *Chiomenti*
MODERATOR
Nicola Di Molfetta, Editor-in-Chief *Financecommunity* & *MAG*
10.30 Coffee Break
11.00 Roundtable
Biagio Calabrese, Global Head of Structured Finance *IMI Corporate & Investment Banking Division*
Rosario Mazza, Managing Director, Head of *Ardian Infrastructure Italy*
Francesca Napolitano, Head of Financial Legal Affairs *ENEL*
Carola Antonini, Partner *Chiomenti*
MODERATOR
Ilaria Iaquinta, Managing Editor *Inhousecommunity* & *MAG*
12.00 Closing Speech
Rodolfo Errore, Chairman *SACE*
MODERATOR
Nicola Di Molfetta, Editor-in-Chief *Financecommunity* & *MAG*
12.30 Q&As
12.45 Light Lunch

Event to be held in

GREEN PASS OR NEGATIVE TEST REQUIRED.
FOR MORE INFO

REGISTER NOW

#financecommunityweek

For information: anna.palazzo@lcpublishinggroup.it • +39 02 36727659

PATROCINIO Comune di Milano

FINANCECOMMUNITYWEEK
LCPUBLISHINGGROUP

SS&C INTRALINKS

MONDAY 15 NOVEMBER
TUESDAY 16 NOVEMBER
WEDNESDAY 17 NOVEMBER
THURSDAY 18 NOVEMBER
FRIDAY 19 NOVEMBER

ROUNDTABLE

TECHNOLOGY AND M&A: WHAT TO EXPECT IN A POST-COVID WORLD?

17 NOVEMBER 2021 • 14.00 - 16.00

Four Seasons Hotel Milan
Via Gesù, 6/8
Milan, Italy

Event to be held in

GREEN PASS OR NEGATIVE TEST REQUIRED. FOR MORE INFO

SPEAKERS

Emanuele Barberio, Account Executive *SS&C Intralinks*
Claudio Berretti, General Manager and Executive Director of *TIP – Tamburi Investment Partners S.p.A.*
Paolo Cirani, CEO & Founder *Arkios Italy*
Alfonso Robustelli, Country Manager Italy *SS&C Intralinks*
Silvana Toppi, Controls and Compliance Finance Director *HP*

MODERATOR:

Giuseppe Salemme, Journalist *Legalcommunity & MAG*

REGISTER NOW

#financecommunityweek

For information: **anna.palazzo@lcpublishinggroup.it** • +39 02 36727659

PATROCINIO Comune di Milano

FINANCECOMMUNITYWEEK
LCPUBLISHINGGROUP

Freshfields

MONDAY 15 NOVEMBER
TUESDAY 16 NOVEMBER
WEDNESDAY 17 NOVEMBER
THURSDAY 18 NOVEMBER
FRIDAY 19 NOVEMBER

09.00 - 13.00

FOUR SEASONS HOTEL MILAN
Via Gesù, 6/8
Milan, Italy

Event to be held in

GREEN PASS OR NEGATIVE TEST REQUIRED. FOR MORE INFO

CONFERENCE

UNLIKELY TO PAY: PERSPECTIVES, OPPORTUNITIES AND RISKS

08.45 Registrations & Welcome Coffee
09.15 Greetings
09.30 Roundtable: **RE secured portfolios**
SPEAKERS
Stefano Focaccia, Managing Director UTP, *Prelios*
Guido Lombardo, CEO, *Gardant Investor SGR*
Paola Tondelli, CEO, *illimity SGR*
Alberto Vigorelli, Senior Advisor UTP
MODERATOR
Francesco Lombardo, Partner, *Freshfields Bruckhaus Deringer LLP*
10.20 Q&A
10.30 Coffee break
11.00 Roundtable: **Distressed Real Estate Assets**
SPEAKERS
Massimo Bianchi, Head of Special Situations Real Estate, *illimity*
Giampiero Schiavo, CEO, *Castello SGR*
Luca Malighetti, Co-Founder& Senior Partner, *HOPE SB Sicaf Retail*
Mirja Cartia d'Asero, Head of Real Estate, *Guber Banca*
MODERATOR
Nicola Franceschina, Counsel, *Freshfields Bruckhaus Deringer LLP*
11.40 Q&A
11.50 Roundtable: **Distressed M&A and Restructuring**
SPEAKERS
Mario Fera, CEO, *Clessidra Capital Credit SGR*
Lorenzo Pietromarchi, Managing Director, *AlixPartners*
Carlo Bosco, Managing Director and Co-Head of Capital Solutions, Pan-Europe, *Muzinich & Co. SGR*
Gianluca De Martino, Managing Director - Group Distressed Asset Solution, *UniCredit*
MODERATOR
Francesco Lombardo, Partner, *Freshfields Bruckhaus Deringer LLP*
12.30 Q&A
12.45 Conclusions
13.00 Networking Light Lunch

REGISTER NOW

#financecommunityweek

For information: **anna.palazzo@lcpublishinggroup.it** • +39 02 36727659

SARA LOVISOLO

IL NUOVO MIB ESG: COMPETIZIONE VIRTUOSA TRA LE AZIENDE

MAG incontra Sara Lovisolo group sustainability manager per il gruppo Euronext: «L'indice combina la misurazione della performance economica con valutazioni in linea coi principi del Global Compact Un»

di eleonora fraschini

Da Intesa Sanpaolo a Stellantis, sono 40 le società italiane che sono quotate sul nuovo indice Mib Esg. Euronext ha annunciato il lancio lo scorso 18 ottobre, spiegando che sarà dedicato alle blue-chip italiane e che è stato pensato per individuare i grandi emittenti italiani quotati che presentano le migliori pratiche Esg.
Per capire il funzionamento di questo nuovo indice e i principi alla base della sua costituzione, MAG ha intervistato **Sara Lovisolo**, group sustainability

manager per il gruppo Euronext.

Come è nata l'idea di questo progetto?

Era da tantissimo che pensavamo a questo progetto, perché mancava un benchmark mainstream, un indice caratterizzato da aziende con alti livelli di liquidità e con approcci Esg. Una delle principali difficoltà evidenziate nella fase progettuale era rappresentata dalla limitata copertura di dati sulle società. Per fare degli esempi, emissioni di anidride carbonica, politiche a favore della diversità, inclusività, sono solo alcune delle informazioni necessarie a classificare le aziende per valutare il loro approccio in termini di Environment, Social e Governance. Per questa attività Euronext ha selezionato Vigeo Eiris, società di Moody's Esg Solutions, che valuta proprio le performance degli emittenti. L'indice Mib Esg combina infatti la misurazione della performance economica con valutazioni in linea con i principi del Global Compact delle Nazioni Unite.

Con quale metodologia avete deciso di procedere?

La metodologia alla base dell'indice prevede una graduatoria delle migliori 40 società sulla base di criteri Esg, selezionate tra le 60 italiane più liquide, escludendo quelle coinvolte in attività non compatibili con investimenti sostenibili. Le componenti dell'indice sono ponderate in base alla capitalizzazione del flottante di mercato e la composizione dell'indice verrà rivista con frequenza trimestrale. Le costanti revisioni consentiranno di inserire le società le cui performance Esg siano migliorate in misura sufficiente.

LA METODOLOGIA HA IL GIUSTO LIVELLO DI FLESSIBILITÀ PER RECEPIRE EVENTUALI NUOVE REGOLE E DECISIONI RILEVANTI PRESE IN QUESTO AMBITO

RITAGLIA TEMPO PER TE STESSO.

TE LO MERITI.

RISCOPRI LA PAUSA DAL BARBIERE COME UNA VOLTA
DA **BARBERINO'S**

Vieni a trovarci nei nostri store di **Milano ◆ Roma ◆ Brescia ◆ Padova**

Prenota il tuo appuntamento chiamando lo **02 83 43 9447**
oppure scrivendoci a **booking@barberinosworld.com**

barberino's
CLASSIC ITALIAN BARBER

BARBERINOSWORLD.COM

LE SOCIETÀ DEL MIB ESG

Quali sono le tappe che hanno portato al lancio del 18 ottobre?
Siamo partiti con i primi sondaggi in primavera, poi abbiamo contattato i vari stakeholder. Questo processo ci ha permesso di spiegare alle società i dettagli della metodologia e gli aspetti che vengono valutati per l'inclusione nell'indice. Il metodo che abbiamo utilizzato crea un circolo virtuoso, perché incentiviamo le aziende a migliorare relativamente alla propria industria di riferimento per quanto riguarda le proprie attività Esg.

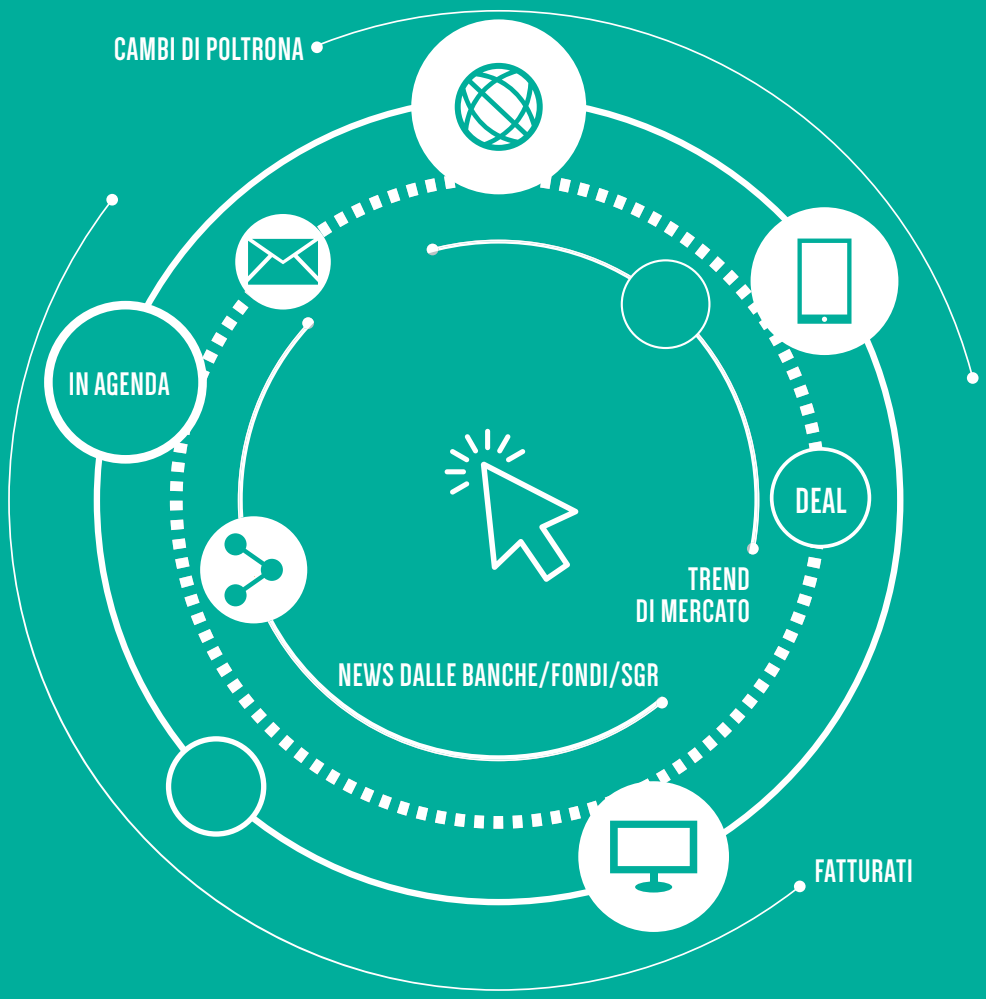
Come hanno reagito le aziende?
L'indice ha destato da subito grande interesse sul mercato, tra gli addetti ai lavori e le imprese. L'approccio utilizzato per la costruzione dell'indice è quello Best in Class. Il punteggio dato alle aziende è infatti relativo ai competitor all'interno del settore di appartenenza e le società sono selezionate come migliori tra i propri peers, non in assoluto. Questo approccio rappresenta un incentivo per le aziende a migliorare, relativamente all'industria di riferimento, le proprie pratiche di sostenibilità. L'indice vuole creare quindi una sorta di competizione virtuosa.

Che cosa deve fare una società che vuole entrare a far parte del Mib Esg?
Ci sarà sempre la possibilità di essere inseriti, perché aggiorniamo l'elenco ogni tre mesi. La valutazione

LCPUBLISHINGGROUP

FINANCECOMMUNITY

Il primo strumento di informazione completamente digitale
sui protagonisti del mercato Finanziario in Italia



Seguici anche
sui nostri canali social

Iscriviti alla newsletter
e resta in contatto

www.financecommunity.it

IL PUNTEGGIO DATO ALLE AZIENDE È RELATIVO AI COMPETITOR ALL'INTERNO DEL SETTORE DI APPARTENENZA E LE SOCIETÀ SONO SELEZIONATE COME MIGLIORI TRA I PROPRI PEERS, NON IN ASSOLUTO

viene fatta da Vigeo Eiris in modo indipendente e le aziende possono verificare l'accuratezza delle informazioni sulle 38 aree prese in considerazione. Esiste infatti una piattaforma sulla quale le società vengono valutate e informate di quando si apre la finestra. Vigeo Eiris prende in considerazione informazioni pubbliche, l'azienda poi le rivede e può decidere di segnalare informazioni pubbliche aggiuntive. Le aziende già ammesse sono comunque monitorate e hanno interesse a continuare a sviluppare progetti e strategie che sostengono la loro performance.

In che modo verranno integrate future normative e standard Esg?
Sono previste due principali integrazioni. La prima riguarda la Tassonomia Ue, la classificazione comune a livello europeo delle attività economiche che possono essere considerate sostenibili dal punto di vista ambientale. La normativa, non ancora pienamente finalizzata, potrà essere integrata nell'evoluzione della metodologia.

Poi?
L'altra riguarda invece la *Science based target initiative*, un'iniziativa non istituzionale no profit a cui molte aziende hanno aderito perché è uno degli standard più considerati per le emissioni di carbonio a lungo termine. Per quanto riguarda i prossimi passi, dobbiamo valutare e analizzare la risposta del mercato. Ora però è ancora presto per valutare i risultati.

In questi giorni si sta svolgendo la Cop26 a Glasgow. In che modo verranno recepite le decisioni prese?
L'indice tiene già conto di diversi aspetti messi in luce durante la Cop26, come quelli legati al clima, all'intensità delle emissioni di carbonio e a tanti altri aspetti oggetto dei dibattiti di questi giorni. Come spiegavo prima, la metodologia ha il giusto livello di flessibilità per recepire eventuali nuove regole e decisioni rilevanti prese in questo ambito.

Real Estate Awards 2021

I VINCITORI

SFOGLIA LA FOTOGALLERY

I PROTAGONISTI DEL SETTORE
SONO STATI CELEBRATI
IN UNA ESCLUSIVA SERATA DI GALA

Al Four Season Hotel di Milano si sono tenuti i Legalcommunity Real Estate Awards 2021. Per la prima volta la community degli avvocati attivi nel settore immobiliare si è riunita per celebrare le eccellenze che si sono distinte nel mercato legale nel periodo di riferimento.

Durante la cerimonia sono stati conferiti i seguenti premi:

AVVOCATO DELL'ANNO

DAVIDE BRAGHINI
Gianni & Origoni

CLAUDIO CERABOLINI
Clifford Chance

FRANCESCO DE BLASIO
Linklaters

GUIDO ALBERTO INZAGHI
Belvedere Inzaghi & Partners

PAOLO NASTASI
Allen & Overy

FEDERICO SUTTI
Dentons

STUDIO DELL'ANNO

ADVANT NCTM

ALLEN & OVERY

DENTONS

DLA PIPER

GREENBERG TRAURIG SANTA MARIA

Da sinistra: Lorenzo Pranzoni, Davide Mastrangelo, Vito Bisceglie, Luigi Croce, Giovanni Giuliani, Christian Mocellato, Rossella Vaiano, Antonella Scarciello, Elena Granati, Rosemarie Serrato

Avvocato dell'Anno
TOWN PLANNING

GIUSEPPE ABRUZZESE
Legance

PAOLO BERTACCO
Bertacco Recla & Partners

ALESSANDRO DE BOTTON
Molinari Agostinelli

GUIDO ALBERTO INZAGHI
Belvedere Inzaghi & Partners

ROSEMARIE SERRATO
ADVANT Nctm

FEDERICO VANETTI
Dentons

Studio dell'Anno

TOWN PLANNING

ADVANT NCTM

BELVEDERE INZAGHI & PARTNERS

BERTACCO RECLA

GREENBERG TRAURIG SANTA MARIA

LEGANCE

Da sinistra: Riccardo Marletta, Matteo Peverati, Silvia Gnocco, Carolina Romanelli, Simone Pisani, Luca Ravazzani

Avvocato dell'Anno

DEVELOPMENT & CONSTRUCTION

GIUSEPPE ABBRUZZESE
Legance

FEDERICO BARBÀRA
Greenberg Traurig Santa Maria

CLAUDIO CERABOLINI
Clifford Chance

FRANCESCO DE BLASIO
Linklaters

CARLO MERISIO
Dentons

CHRISTIAN MOCELLIN
ADVANT Nctm

Studio dell'Anno

DEVELOPMENT & CONSTRUCTION

ADVANT NCTM

BELVEDERE INZAGHI & PARTNERS

DLA PIPER

GATTI PAVESI BIANCHI LUDOVICI

GREENBERG TRAURIG SANTA MARIA

K&L GATES

Da sinistra: Olaf Schmidt, Filippo Cecchetti, Valentina Marengo, Carmen Chierchia, Francesco Edoardo Ascione

Professionista dell'Anno

TAX

FRANCESCO ASSEGNATI
CBA

JEAN PAUL BARONI
LED Taxand

FRANCESCO DI BARI
Legance

PAOLO LUDOVICI
Gatti Pavesi Bianchi Ludovici

FRANCESCO MANTEGAZZA
FIVELEX

FEDERICO TRUTALLI
ADVANT Nctm

Studio dell'Anno

TAX

ANDPARTNERS

CBA

DI TANNO ASSOCIATI

FIVELEX

LED TAXAND

Da sinistra: Silvia Castiglioni, Federica Zaro, Edoardo Bassi, Francesco Mantegazza, Andrea Brambilla, Leonardo Sabatini

Avvocato dell'Anno

NPL

ROBERTO BRUSTIA
CBA

GREGORIO CONSOLI
Chiomenti

FRANCESCO LOMBARDO
Freshfields

MARA MILANO
Molinari Agostinelli

STEFANO SENNHAUSER
Allen & Overy

Studio dell'Anno

NPL

ALLEN & OVERY

CBA

CLIFFORD CHANCE

GIANNI & ORIGONI

GREENBERG TRAURIG SANTA MARIA

Da sinistra: Pietro Scarfone, Stefano Sennhauser, Marco Mazzola, Pietro Bellone, Antonio Ferri, Giovanna Sottoriva, Paolo Nastasi

Avvocato dell'Anno

INFRASTRUTTURE E PPP

FRANCESCO PAOLO BELLO
Deloitte Legal

LUIGI CROCE
ADVANT Nctm

MARIA GRAZIA LANERO
Gianni & Origoni

FABRIZIO MAGRÌ
CBA

FEDERICO VANETTI
Dentons

Studio dell'Anno

INFRASTRUTTURE E PPP

ASHURST

BERTACCO RECLA & PARTNERS

GIANNI & ORIGONI

GIM LEGAL

STUDIO LEGALE VALAGUZZA

Da sinistra: Eugenio Pizzaghi, Maria Rita Surano, Chiara Pagliaroli, Sara Valaguzza, Monica Lauro, Eugenio Pizzaghi, Morgen Miragoli

Avvocato dell'Anno

FINANCE

FRANCESCA CUZZOCREA
Clifford Chance

EMANUELA DA RIN
BonelliErede

GIUSEPPE DE SIMONE
Gianni & Origoni

LUIGI RIZZI
GIM Legal

STEFANO SENNHAUSER
Allen & Overy

Studio dell'Anno

FINANCE

ALLEN & OVERY

CHIOMENTI

GIANNI & ORIGONI

GIM LEGAL

LEGANCE

Da sinistra: Antonello Pezzopane, Francesca Tirrito, Maria Macrì, Luca Lombardo, Francesco Castoldi

Avvocato dell'Anno

CONTENZIOSO

ANTONELLA CESCHI
Bird & Bird

ROBERTO CROSTI
Molinari Agostinelli

GIUSEPPE CURTÒ
Freshfields

GIUSEPPE LOMBARDI
BonelliErede

GIORGIA ROMITELLI
DLA Piper

Studio dell'Anno

CONTENZIOSO

BERTACCO RECLA & PARTNERS

BIRD & BIRD

CARNELUTTI

DLA PIPER

FRESHFIELDS

MOLINARI AGOSTINELLI

Da sinistra: Christian Patelmo, Francesco Francica, Roberta Valentini, Margherita Bariè, Francesca Belcredi, Salvatore Nolasco

Best Practice

INFRASTRUTTURE

PAVIA E ANSALDO

Da sinistra: Stefano Bianchi, Kathleen Bucci, Maria Giulia Gallinelli, Daniele Carminato, Alessia Tonini, Mario di Giulio

Avvocato dell'Anno

FUND FORMATION

FRANCESCO ASSEGNATI
CBA

NICOLA FRANCESCHINA
Freshfields

ERIPRANDO GUERRITORE
Gatti Pavesi Bianchi Ludovici

AGOSTINO PAPA
DLA Piper

ENZO SCHIAVELLO
Legance

Studio dell'Anno

FUND FORMATION

ADVANT NCTM

CHIOMENTI

GIANNI & ORIGONI

LATHAM & WATKINS

LEGANCE

Da sinistra: Domenico Gentile, Domenico Tulli, Giancarlo Ranucci, Sara Poetto, Gianfranco Toscano, Davide Braghini

Best Practice

CONTENZIOSO

DELOITTE LEGAL

Da sinistra: Andrea Bergamino, Mattia Mescieri, Vittoria Donat-Cattin, Francesco Paolo Bello, Manuel Marangoni, Emanuele Bottazzi, Marta Pozzoli

Best Practice

TAX

FRANCESCO ASSEGNATI

CBA

Studio dell'Anno

FULLY INTEGRATED PRACTICE

DENTONS

Da sinistra: Federico Sutti, Carlo Merisio, Carlotta Soli, Maria Sole insinga, Andrea Benedetti

Avvocato dell'Anno

TRANSACTIONAL INVESTMENTS

BENEDETTA AMISANO
Carnelutti

ROBERTO BRUSTIA
CBA

ALESSANDRO DE BOTTON
Molinari Agostinelli

MARIA SOLE INSINGA
Dentons

IVANA MAGISTRELLI
Belvedere Inzaghi & Partners

PAOLO NASTASI

Allen & Overy

Studio dell'Anno

TRANSACTIONAL INVESTMENTS

BERTACCO RECLA & PARTNERS

CARNELUTTI

CHIOMENTI

DENTONS

LEGANCE

Da sinistra: Matteo Rinaldi, Francesca Tresoldi, Paolo Bertacco, Silvia Marcelli, Francesca De Benedettis, Francesco Rovetta

Studio dell'Anno

LOGISTICA

GREENBERG TRAURIG SANTA MARIA

Da sinistra: Federico Barbàra, Paolo Bolis,Valentina Bartolini, Davide Mollica, Valeria Russo, Flavia Guancioli

Best Practice

TRANSACTIONAL INVESTMENTS

ASHURST

Da sinistra: Andrea Caputo, Vincenzo Esposito, Alessandro Testa, Matteo Sortino, Silvio Nuzzo

Avvocato dell'Anno

WHITE COLLAR CRIME

NICCOLÒ BERTOLINI CLERICI
Legance

FRANCESCO GIOVANNINI
Eversheds Sutherland

RAFFAELLA QUINTANA
DLA Piper

LUIGI RIZZI

GIM Legal

FRANCESCO SBISÀ
BonelliErede

Studio dell'Anno

WHITE COLLAR CRIME

BONELLIEREDE

DLA PIPER

EVERSHEDS SUTHERLAND

GEBBIA BORTOLOTTO PENALISTI ASSOCIATI

GIM LEGAL

Da sinistra: Valentina Corino e Maurizio Bortolotto

Studio dell'Anno

HOSPITALITY & HÔTELLERIE

FRESHFIELDS

Da sinistra: Nicola Franceschina, Luigia Trento, Alessandro Gnoato

Best Practice

HEALTHCARE INVESTMENTS

VITO BISCEGLIE
ADVANT Nctm

NOTAIO DELL'ANNO

GIOVANNELLA CONDÒ
Milano Notai

CIRO DE VIVO
Studio Notarile Ciro De Vivo

RICCARDO GENGHINI
Studio Genghini & Associati

RUBEN ISRAEL
Studio Notarile Israel Terrenghi e Riberti

CARLO MARCHETTI
Studio Notarile Marchetti

DARIO RESTUCCIA
RS Notai Associati

STUDIO NOTARILE DELL'ANNO

BUSANI, QUAGGIA
& PARTNERS - THE ITALIAN NOTARIES

MILANO NOTAI

STUDIO NOTARILE CIRO DE VIVO

RS NOTAI ASSOCIATI

TODESCHINI & BASTRENTA

ZNR NOTAI

Da sinistra: Monica De Paoli e Stefania Anzelini

GLI AVVOCATI POSSONO ESSERE FELICI?

L'equilibrio tra lavoro e vita privata per un avvocato è e continuerà a essere una delle maggiori sfide della professione

di bárbara de eliseu

In un mercato sempre più competitivo e globale, il ruolo dell'avvocato è cambiato. Oggi, gli avvocati non sono solo tenuti a padroneggiare le leggi e a mostrare performance eccezionali in tribunale; viene loro anche imposto di padroneggiare il marketing, la comunicazione, l'informatica, le risorse umane, la gestione dei clienti e del business, le lingue straniere, i kpi, l'analisi seo, la produttività, la gestione del tempo, la leadership, l'intelligenza emotiva, il linguaggio del corpo, ecc. È tanto? Sì. È impossibile stare al passo con questa evoluzione? No.

Si può riuscire a essere eccellenti comunicatori, campioni di networking, esperti di capital markets, prediletti dai clienti, stimolanti per il team, il tutto mantenendo comunque un alto livello di performance? Decisamente sì.

«A che prezzo?» vi chiederete.
La risposta più comune sarebbe: sacrificare la vita personale...
Sbagliato!

L'equilibrio tra lavoro e vita privata per un avvocato è e continuerà a essere una delle maggiori sfide della professione. È facile aggiornare le conoscenze legali, padroneggiare il marketing, gestire i team, specializzarsi in una nuova area di pratica del diritto; basta prestare attenzione all'evoluzione dei tempi, dei clienti, del mercato, essere determinati e umili per studiare e saperne sempre di più. Come si può fare tutto questo al massimo livello di prestazioni e, soprattutto, riuscendo ancora ad avere una vita propria? Questa è la sfida più grande.

E no, non è necessario scegliere di essere un avvocato d'eccellenza oppure dimenticare quest'obiettivo ed essere un buon padre o una buona madre. Non si può avere o una cosa o l'altra. No! È possibile essere il

braccio destro (e talvolta anche il sinistro) dei principali clienti dello studio legale, essere regolarmente menzionati dalle più importanti directory internazionali, essere premiati e riconosciuti nella/e propria/e area/e di attività e avere ancora tempo per fare tutto ciò che ci piace fare. Ci vuole lavoro, molto lavoro. È più impegnativo e richiede molta più disciplina rispetto alla semplice abitudine di stare in ufficio fino alle 23, lavorare di sabato o incolpare il team per gli scarsi risultati. Ma è possibile.

Gli ingredienti principali per la felicità nel settore legale sono: chiarezza, organizzazione e disciplina. La chiarezza determina il livello di organizzazione che, a sua volta, impone una certa capacità di disciplina. Le azioni, i livelli di impegno, le priorità e le abitudini saranno guidate da questi tre vettori.

Quale sarà, allora, il primo – grande – passo da fare in questo percorso? Raggiungere il primo ingrediente: la chiarezza. Chiarezza nel senso di conoscenza di sé: essere pienamente consapevoli di quali sono i propri valori e le priorità, lasciarsi alle spalle pensieri cattivi e persone tossiche, avere una visione chiara degli obiettivi e agire per rendere questa lunga strada la propria storia. Conoscersi al punto di sapersi difendere da situazioni altamente stressanti a cui si è quotidianamente esposti, e di focalizzarsi sui pensieri giusti per motivarsi quando nessun altro lo fa e sui comportamenti da adottare quando si prova ansia o frustrazione, quando, ad esempio, si perde una causa...

La vita (e i tribunali) non vi risparmieranno sconfitte o frustrazioni. Siete voi che dovrete imparare ed essere preparati ad affrontarli! Forti. Sicuri di voi. Se vi proponete di percorrere il sentiero con un alto livello di consapevolezza, farete meno errori e, di conseguenza, verrette sconfitti meno spesso.

È risaputo che l'uomo ha già sfidato i suoi limiti fisici, superato record e prove impossibili e dimostrato che l'allenamento del corpo aumenta le sue capacità e conquiste. D'altra parte, nonostante si studi e si scriva molto sulle enormi capacità del cervello umano, milioni di persone in tutto il mondo, avvocati inclusi, continuano a ignorarne le potenzialità. Quello che il nostro cervello, se ben allenato, è in grado di fare, la semplicità con cui riceve istruzioni, le innumerevoli situazioni in cui riesce a superare e controllare le emozioni, la facilità con cui si abitua alle più diverse (e talvolta avverse) circostanze spiega perché dovremmo concentrarci sempre di più sull'aggiunta dell'EQ (quotiziente emotivo, *ndr*) al nostro QI. Sul lavoro, nelle relazioni, nelle situazioni più banali o nelle controversie complesse, il controllo sulle nostre azioni e reazioni ha un comando; un comando che è nelle nostre mani. Ognuno di noi può controllare gli stati emotivi più diversi. Sì, perché sebbene noi (avvocati) abbiamo difficoltà a parlare di emozioni perché potrebbe mostrare le nostre debolezze, la verità è che siamo umani e gli umani hanno emozioni. Non possiamo evitarle, ma possiamo riuscire a controllarle, avvalendoci di questa conoscenza di sé.

GLI INGREDIENTI PRINCIPALI PER LA FELICITÀ NEL SETTORE LEGALE SONO: CHIAREZZA, ORGANIZZAZIONE E DISCIPLINA

Perciò, quando ci proponiamo di aggiungere felicità al successo, utilizziamo la nostra libertà di scelta e analizziamo i cambiamenti (non importa quanto piccoli) che possiamo apportare per raggiungere questo equilibrio. E facciamo questa analisi individualmente e collettivamente, poiché anche gli studi legali svolgono un ruolo fondamentale in questo. Una volta che iniziamo a investire con uno scopo nelle abilità e competenze che rendono la nostra vita più facile e, allo stesso tempo, migliorano il nostro senso di realizzazione, questo processo creerà dipendenza. Faremo di più perché vogliamo essere di più. Come nello sport, essere sempre migliori ci renderà ancora più vincenti, il che ci porterà a volere di più ed esplorare maggiormente le nostre capacità; questo ci porterà un numero superiore di vittorie (personali e professionali) e alla felicità! Non disprezziamo questa realtà.

Dunque sì. Ieri, oggi e ogni volta che le persone mi chiedono se è possibile per un avvocato essere felice, rispondo che, se si è disposti a lavorare sodo per esserlo, sì.

**Lawyers Coach - membro della International Coaching Federation (ICF)*

RECRUITMENT

La rubrica Legal Recruitment by legalcommunity.it registra questa settimana 16 posizioni aperte, segnalate da 5 studi legali: AMTF Avvocati, Carnelutti, Fivelex, GPAV Dottori Commercialisti Associati, Hogan Lovells

I professionisti richiesti sono 19 tra: Associate, Avvocato, Stagiaire/Trainee, Senior Associate, Junior Associate, Dottore Commercialista/Esperto Contabile.

Le practice di competenza comprendono: Diritto Amministrativo, Real Estate, Diritto bancario, finanziario e assicurativo, diritto societario, consulenza fiscale, nuove tecnologie e data protection, employment, litigation, regulatory (administrative and public law) and environment, debt capital markets, corporate M&A, business restructuring and insolvency.

Per future segnalazioni scrivere a:
francesca.vistarini@lcpublishinggroup.it

AMTF Avvocati

Sede: Milano
Posizione aperta: Avvocato
Area di attività: Diritto Amministrativo
Numero di professionisti richiesti: 1
Breve descrizione: Lo Studio Legale AMTF Avvocati con sede in Milano ricerca collaboratore da inserire nel dipartimento di diritto amministrativo. Il candidato ideale è un neoavvocato proveniente da studio boutique con buona conoscenza della lingua inglese e pregressa formazione, prevalentemente giudiziale, nella materia del diritto amministrativo, con particolare riguardo alle materie appalti ed energia.
Riferienti: Inviare cv a *collaboratorilegali@outlook.it*

CARNELUTTI

Sede: Milano
Posizioni aperte: Associate con un anno di esperienza
Numero di professionisti richiesti: 1
Area di attività: Real Estate
Breve descrizione: Il Team di Real Estate di Carnelutti Law Firm cerca un/una avvocato con almeno un anno di esperienza nelle practice di Corporate e Real Estate. La conoscenza della lingua inglese e la laurea con il massimo dei voti sono requisiti essenziali.
Riferienti: *careers@carnelutti.com*

Sede: Milano
Posizioni aperte: Trainee/Praticante neolaureato/a
Numero di professionisti richiesti: 1
Area di attività: Real Estate
Breve descrizione: Il Team di Real Estate di Carnelutti Law Firm cerca un/una praticante neolaureato/a. La conoscenza della lingua inglese e la laurea con il massimo dei voti sono requisiti essenziali.
Riferimenti: *careers@carnelutti.com*

Sede: Milano
Posizioni aperte: Trainee/Praticante neolaureato/a
Numero di professionisti richiesti: 1
Area di attività: Diritto Amministrativo
Breve descrizione: Il Team di Diritto Amministrativo di Carnelutti Law Firm cerca un/una praticante neolaureato/a. La conoscenza della lingua inglese e la laurea con il massimo dei voti sono requisiti essenziali
Riferimenti: *careers@carnelutti.com*

Sede: Milano
Posizioni aperte: Senior Associate
Numero di professionisti richiesti: 1
Area di attività: Diritto Amministrativo
Breve descrizione: Il Team di Diritto Amministrativo di Carnelutti Law Firm cerca un/una Senior Associate almeno 5 anni di esperienza nell'area di pratica. La conoscenza della lingua inglese, la comprovata esperienza nel ruolo e laurea conseguita a pieni voti sono requisiti essenziali.
Riferimenti: *careers@carnelutti.com*

FIVELEX Studio Legale e Tributario

Sede: Milano
Posizione aperta: Junior Associate (newly qualified lawyer / 1 PQE)
Area di attività: Diritto bancario, finanziario e assicurativo – diritto societario
Numero di professionisti richiesti: 1
Breve descrizione: Lo Studio cerca un neoavvocato che intenda consolidare la propria esperienza e preparazione nel diritto regolamentare bancario, finanziario e assicurativo e nel diritto societario.
La nuova risorsa entrerebbe a far parte di un team strutturato, nell'ambito di uno studio legale boutique di elevato standing e di cultura meritocratica.
Il candidato prescelto dovrà possedere una buona conoscenza della normativa di riferimento, propensione allo studio e all'apprendimento, flessibilità e predisposizione al lavoro di squadra.
È richiesta una buona conoscenza della lingua inglese.
Riferimenti: I candidati possono inviare il proprio curriculum, accompagnato da una lettera di presentazione al seguente indirizzo

recruitment@5lex.it
Sede: Milano
Posizione aperta: Associate/Senior Associate (3-6 PQE)
Area di attività: Diritto bancario, finanziario e assicurativo
Numero di professionisti richiesti: 1
Breve descrizione: Lo Studio cerca un professionista con solida esperienza nel diritto bancario, finanziario e assicurativo, con particolare focalizzazione in ambito di servizi di investimento e gestione collettiva del risparmio.
La nuova risorsa entrerebbe a far parte di un team strutturato, nell'ambito di uno studio legale boutique di elevato standing e di cultura meritocratica.
Il candidato prescelto dovrà possedere una ottima conoscenza della normativa di riferimento, abilità organizzative, entusiasmo e motivazione alla carriera professionale, flessibilità e predisposizione al tutoring delle risorse più junior e al lavoro di squadra.
È richiesta un'ottima conoscenza della lingua inglese.
Riferimenti: I candidati possono inviare il proprio curriculum, accompagnato da una lettera di presentazione al seguente indirizzo recruitment@5lex.it

Sede: Milano
Posizione aperta: Associate/Senior Associate (3-6 PQE)
Area di attività: Diritto bancario, finanziario e assicurativo
Numero di professionisti richiesti: 1
Breve descrizione: Lo Studio cerca un professionista con solida esperienza nel diritto bancario, finanziario e assicurativo, con particolare focalizzazione in ambito di diritto delle assicurazioni e degli intermediari assicurativi.
La nuova risorsa entrerebbe a far parte di un team strutturato, nell'ambito di uno studio legale boutique di elevato standing e di cultura meritocratica.
Il candidato prescelto dovrà possedere una ottima conoscenza della normativa di riferimento, abilità organizzative, entusiasmo e motivazione alla carriera professionale, flessibilità e predisposizione al tutoring delle risorse più junior e al lavoro di squadra.
È richiesta un'ottima conoscenza della lingua inglese.
Riferimenti: I candidati possono inviare il proprio curriculum, accompagnato da una lettera di presentazione al seguente indirizzo recruitment@5lex.it

GPAV Dottori commercialisti associati

Sede: Milano
Posizione aperta: Collaboratore/collaboratrice o giovane collega Dottore Commercialista/Esperto Contabile abilitato/a. La risorsa si inserirà in un ambiente giovane e dinamico e affiancherà il team di riferimento nella gestione principalmente degli incarichi attinenti alle problematiche societarie e fiscali dei clienti dello Studio oltre alle operazioni di Corporate, M&A e/o ristrutturazioni societarie.
Area di attività: Il/la professionista dovrà avere una specifica esperienza/attitudine alla consulenza fiscale, adempimenti e dichiarativi relativi a imposte dirette e indirette.
Numero di professionisti richiesti: 1
Breve descrizione: Laureato in scienze economiche, al candidato sono richiesti 3-4 anni di esperienza maturata presso studi professionali o società di revisione area Tax nelle quali si sia occupato di Reddito d'impresa ed Iva sia con finalità di consulenza che per la predisposizione dei dichiarativi di società di capitali (modello Redditi e Dichiarazione Iva). È gradita anche l'esperienza relativa ad operazioni straordinarie, sempre lato Tax.
E' richiesta la conoscenza dei principali strumenti informatici (Pacchetto MS Office) e del servizio ENTRATEL.
Dal punto di vista delle soft skill, il candidato deve avere ottime capacità comunicative e relazionali; essere preciso, motivato con capacità di lavoro in team.
Sono richiesti, infine, buona conoscenza della lingua inglese scritta e parlata e domicilio a Milano o nell'immediato hinterland, e

comunque in aree limitrofe allo Studio.
Riferimenti: Si richiede di allegare Curriculum Vitae ed inviare la candidatura a *recruiting@gpav.net* indicando nell'oggetto dell'email "Consultant-Tax Corporate". Maggiori informazioni sul sito all'indirizzo *www.gpav.net/recruiting/*

HOGAN LOVELLS

Sede: Milano
Posizione aperta: Stagiaire/Trainee
Area di attività: Nuove tecnologie e data protection
Numero di professionisti richiesti: 1
Breve descrizione: Siamo alla ricerca di un/a giovane professionista per potenziare il nostro team di Strategic Operations, Agreements and Regulation/Privacy, sede di Milano.
Il/la candidato/a ideale è un/a neolaureato/a in Giurisprudenza, votazione minima 105/110 ed interesse specifico su nuove tecnologie, e-commerce, information technology e data protection e con percorso accademico coerente.
L'ottima conoscenza della lingua inglese (scritta e parlata) è requisito essenziale.
Eventuali esperienze formative e/o professionali svolte all'estero saranno positivamente valutate.
Riferimenti: *https://hoganlovells.wd3.myworkdayjobs.com/Search/job/Milan/Giovane-professionista-dipartimento-SOAR---Milano-Roma_R211023*

Sede: Roma
Posizione aperta: Stagiaire/Trainee
Area di attività: Employment
Numero di professionisti richiesti: 2
Breve descrizione: Cerchiamo u/a giovane professionista per potenziare il nostro dipartimento di diritto del lavoro, sede di Roma.
Il/la candidato/a ideale è un/a laureando/a o neolaureato/a, di età non superiore ai 25 anni, con tesi (votazione minima 105/110) in diritto del lavoro e uno spiccato interesse per la materia;
L'ottima conoscenza della lingua inglese (scritta e parlata) è requisito indispensabile.
Riferimenti: *https://hoganlovells.wd3.myworkdayjobs.com/Search/job/Rome/Stagiaire-Trainee--dipartimento-EMPLOYMENT--sede-di-Roma_R211894*

Sede: Roma e Milano
Posizione aperta: Stagiaire/Trainee
Area di attività: Litigation
Numero di professionisti richiesti: 2
Breve descrizione: Siamo alla ricerca di due giovani professionisti per ampliare il nostro team di Litigation, sede di Roma e di Milano.
La/il candidata/o ideale è:

- una/un laureanda/o oppure neolaureata/o con votazione minima 105/110 e uno spiccato interesse per l'ambito del contenzioso societario, assicurativo e arbitrati;
- una/un praticante che abbia maturato da sei mesi a un anno di esperienza effettiva, nell'ambito del contenzioso societario e/o assicurativo presso boutique specializzate o primari studi legali internazionali, e con uno spiccato interesse per il settore;
  L'ottima conoscenza della lingua inglese (scritta e parlata) è requisito essenziale.

Riferimenti: *https://hoganlovells.wd3.myworkdayjobs.com/Search/job/Milan/Giovane-professionista-dipartimento-SOAR---Milano-Roma_R211023*

Sede: Roma
Posizione aperta: Associate
Area di attività: Regulatory (Administrative and Public Law) and Environment
Numero di professionisti richiesti: 1
Breve descrizione: Siamo alla ricerca di una figura di Associate per il team di Regulatory (Administrative and Public Law) and Environment, sede di Roma.
Il/la candidato/a collaborerà all'interno del dipartimento di Regulatory and Environment fornendo consulenza per società multinazionali e clienti nazionali nel campo del diritto amministrativo, anche giudiziale, con particolare riferimento ai settori regulatory in generale, diritto ambientale e degli appalti, energy e project finance.

Il profilo ideale:

- è abilitato alla professione forense in Italia con un'esperienza effettiva di minimo 4 anni post-qualifica nel campo del diritto amministrativo
- ha maturato esperienza in primari studi internazionali e/o studi legali specializzati nei settori sopra citati
- ha un'ottima conoscenza e utilizza la lingua inglese come strumento di lavoro quotidiano nella produzione scritta/orale; tale requisito è considerato essenziale, in mancanza del quale le candidature pervenute non saranno prese in considerazione

Riferimenti: *https://hoganlovells.wd3.myworkdayjobs.com/Search/job/Rome/Associate---Regulatory--Administrative-and-Public-Law--and-Environment--Roma_R211681*

Sede: Roma
Posizione aperta: Senior Associate
Area di attività: Regulatory (Administrative and Public Law) and Environment
Numero di professionisti richiesti: 1
Breve descrizione: Siamo alla ricerca di una figura di Senior Associate per il team di Regulatory (Administrative and Public Law) and Environment, sede di Roma.
Il/la candidato/a collaborerà all'interno del dipartimento di Regulatory (Administrative and Public Law) and Environment fornendo consulenza per società multinazionali e clienti nazionali nel campo del diritto amministrativo, anche giudiziale, con particolare riferimento ai settori regulatory in generale, diritto ambientale e degli appalti, energy e project finance.
Il profilo ideale:

- è abilitato alla professione forense in Italia con un'esperienza effettiva di minimo 6 anni post-qualifica nel campo del diritto amministrativo
- ha maturato esperienza in primari studi internazionali e/o studi legali specializzati nei settori sopra citati
- ha un'ottima conoscenza e utilizza la lingua inglese come strumento di lavoro quotidiano nella produzione scritta/orale; tale requisito è considerato essenziale, in mancanza del quale le candidature pervenute non saranno prese in considerazione

Riferimenti: *https://hoganlovells.wd3.myworkdayjobs.com/Search/job/Rome/Senior-Associate---Regulatory--Administrative-and-Public-Law--and-Environment--Roma_R211680*

Sede: Milano
Posizione aperta: Trainee
Area di attività: Corporate M&A
Numero di professionisti richiesti: 1
Breve descrizione: Per il nostro team di Corporate, sede di Milano, cerchiamo un Trainee che abbia maturato esperienza nel campo di diritto societario e commerciale.
In particolare: Si richiede 6 mesi - 1 anno di esperienza maturata presso primari studi legali in ambito di fusioni e acquisizioni domestiche e cross-border, riorganizzazioni societarie, contrattualistica nazionale e internazionale e, più in generale, in tutte le principali tipologie di operazioni societarie straordinarie. L'ottima conoscenza della lingua inglese (scritta e parlata) è requisito essenziale.
Riferimenti: *https://hoganlovells.wd3.myworkdayjobs.com/Search/job/Milan/Trainee-dipartimento-Corporate--Milano_R211346*

Sede: Roma
Posizione aperta: Stagiaire/Trainee
Area di attività: Business Restructuring & Insolvency
Numero di professionisti richiesti: 1
Breve descrizione: Cerchiamo un/a giovane professionista per potenziare il nostro dipartimento di Business Restructuring and Insolvency, sede di Roma.
Il/la candidato/a ideale è laureando/a o neolaureato/a, di età non superiore ai 25 anni, con tesi (votazione minima 105/110) in diritto fallimentare e/o bancario e uno spiccato interesse per la materia.
L'ottima conoscenza della lingua inglese (scritta e parlata) è requisito indispensabile.
Riferimenti: *https://hoganlovells.wd3.myworkdayjobs.com/Search/job/Rome/Giovane-professionista-dipartimento-Business-Restructuring---Insolvency--sede-di-Milano_R21864*

LE TAVOLE DELLA LEGGE

FOOD FINANCE
LA PROPOSTA HEALTHY
DI MACHA TROVA IL SUPPORTO DI ILLIMITY

FOOD BUSINESS
FIORENTINI: QUATTRO GENERAZIONI
TRA INNOVAZIONE E SALUTE

A CENA CON DIRITTO
QUANDO LA RECENSIONE È INDIGESTA

FOOD BUSINESS
LIBRANDI, LA CALABRIA
E LA VOCAZIONE SOSTENIBILE

CALICI E PANDETTE
OUDEIS, ROSATO DA FAVOLA

LE TAVOLEDELLA LEGGE
EL TACOMAKI: IN BILICO
TRA GIAPPONE E MESSICO

LA PROPOSTA HEALTHY DI MACHA TROVA IL SUPPORTO DI ILLIMITY

L'osservatorio di MAG su cibo e investimenti punta i fari sulle principali operazioni registrate sul mercato italiano. Unicredit per il minibond di Gustibus. Mentre Granarolo va negli Usa

di eleonora fraschini*

Le ultime settimane hanno visto riconfermarsi l'interesse del mercato dei capitali per il mondo del food. Due in particolare le operazioni che hanno visto le banche al fianco di importanti realtà di questo settore. Illimity ha erogato un finanziamento di quattro milioni di euro a Macha, attiva nella ristorazione healthy. Unicredit sostiene invece Gustibus Alimentari e sottoscrive un prestito obbligazionario da due milioni emesso dal produttore di salse e sughi. Chiudiamo il nostro resoconto con un deal oltreoceano che vede protagonista la società del settore lattiero caseario Granarolo.

MACHA ACCELERA L'ESPANSIONE IN ITALIA CON IL SUPPORTO DI ILLIMITY

Macha, società proprietaria dell'omonimo brand della ristorazione fast-casual, identificabile con una proposta healthy food, ha ottenuto un finanziamento di circa quattro milioni di euro da illimity Bank. Il finanziamento, della durata di cinque anni, renderà tempestivo il piano di sviluppo già previsto per Macha, con l'apertura di nuovi punti vendita sia nel format Macha Cafè che Machapokè, contando di inaugurare 50 nuovi store entro la fine del 2022. In particolare, al pokè, piatto di ispirazione hawaiana da sempre presente nell'offerta di Macha, la società ha deciso di dedicare nel 2019 un proprio brand per puntare sulla formula "build your own".

L'obiettivo del piano di sviluppo per Macha è espandere la presenza del brand su tutto il territorio italiano, sfruttando sia la forte crescita del segmento healthy food che la perfetta compatibilità dei suoi prodotti con le modalità take away e delivery. In particolare, il piano si concentra sull'apertura di store nelle regioni del centro nord, sempre a gestione diretta.
Macha viene fondato nel 2016 da Tunde Pecsvari e Antonio Scognamiglio, già forti di una decennale esperienza nel food retail, con l'obiettivo di offrire ai propri clienti una cucina sana, bilanciata e gustosa. Il format, di impronta internazionale, prende ispirazione dal fenomeno dei "matcha bar", diffusi oltre che in Giappone, negli Stati Uniti e in Australia. Il matcha, varietà pregiata di tè verde giapponese, è il simbolo di uno stile di vita sano e si integra perfettamente con il pokè e con tutte le altre proposte di Macha a base di superfood e avocado. Concepito sin dalla sua nascita come lifestyle brand, oggi Macha è frequentato non solo da influencer, trendsetter e millennials, ma rappresenta una destination ideale anche per una clientela molto ampia ed eterogenea.

UNICREDIT SOTTOSCRIVE MINIBOND DA DUE MILIONI EMESSO DA GUSTIBUS ALIMENTARI

Unicredit ha sottoscritto un prestito obbligazionario da due milioni di euro emesso da Gustibus Alimentari, società che opera nel settore delle salse di pomodoro e dei sughi pronti con quote elevate di fatturato estero. L'operazione rientra nel "Bond Food Mezzogiorno", il primo programma di emissione di minibond lanciato da Unicredit e Sace per finanziare i piani di sviluppo di medio-lungo termine legati alla crescita sostenibile e internazionale delle imprese del Sud appartenenti al settore agroalimentare.

TM

SAVETHEBRAND

BY FOODCOMMUNITY

L'evento che celebra i brand italiani nel settore del **FOOD**

SAVE THE DATE

04.07.2022

MILANO

#SaveTheBrand

Per informazioni: franscesca.vistarini@lcpublishinggroup.it • 02 36727659

PUBLISHINGGROUP LC

Il minibond di due milioni, a tasso variabile e di durata pari a sette anni consentirà a Gustibus Alimentari di realizzare degli obiettivi di sostenibilità. Questi ultimi spaziano dalla riduzione dell'impatto ambientale grazie all'uso di fonti di energia rinnovabile, inclusa l'autogenerazione di energia grazie a un impianto fotovoltaico da oltre 900 kWp, alla certificazione secondo lo Standard "Social Footprint", che testimonia l'attenzione per il miglioramento continuo delle condizioni sociali della filiera produttiva, fino alla trasformazione dello status legale dell'azienda in società benefit, con la pubblicazione di una relazione di impatto annuale. A Gustibus Alimentari verrà riconosciuta una premialità nella forma di una riduzione del tasso cedolare al raggiungimento degli obiettivi di sostenibilità prefissati al momento dell'emissione del minibond.

Gustibus Alimentari ha scelto Nativa, Regenerative Design Company e prima Società Benefit e B Corp in Europa, in qualità di Sustainability Advisor per un affiancamento nella misura del proprio impatto sociale e ambientale, nell'identificazione delle direzioni di evoluzione in ambito Esg e nella definizione degli obiettivi di sostenibilità prefissati al momento dell'emissione.

GRANAROLO SBARCA IN USA E ACQUISTA LA CALABRO CHEESE

Granarolo approda negli Stati Uniti e compra un'azienda statunitense: la Calabro Cheese Corp. Situatata nel Connecticut, a 130 Km a nord di New York, produce e commercializza prodotti lattiero caseari freschi, in particolare ricotta, mozzarella e burrata. Nel 2020 il fatturato consolidato realizzato da Calabro Cheese Corp. è stato di circa 25 milioni di dollari, un risultato in linea con gli anni precedenti, nonostante gli effetti della pandemia.

GIANPIERO CALZOLARI

La società statunitense è nata nel 1953 come distributore di prodotti lattiero caseari italiani su iniziativa di Joseph Calabro e di suo padre Salvatore. Dispone di un moderno stabilimento di produzione di oltre 5mila metri quadrati e di una piattaforma distributiva dalla quale vengono servite le aree di New York, New England, New Jersey, come le aree del sud e dell'ovest degli Stati Uniti. La Calabro Cheese Corp. è tra le aziende del settore caseario maggiormente quotate, avendo classificato quattro dei suoi prodotti nelle prime posizioni dell'American Cheese Society.

«Il consolidamento di Granarolo negli Stati Uniti è un tassello importante della politica di crescita del Gruppo all'estero – ha dichiarato **Gianpiero Calzolari**, Presidente di Granarolo -. Il progetto è quello di replicare le positive performance raggiunte in altri mercati, come quello francese dove siamo cresciuti in modo significativo raggiungendo una quota a volume del 18,5% del totale dairy italiano. Gli Stati Uniti saranno il paese target del 2022. Abbiamo trovato una bella azienda, che lavora bene puntando alla qualità, con standard di alto livello e ben amministrata. Punteremo a rafforzare le produzioni, a far arrivare gli stagionati su una piattaforma distributiva ben rodata e a contribuire a far conoscere le nostre eccellenze sul mercato statunitense».

**Per segnalare operazioni per questa rubrica scrivere a eleonora.fraschini@lcpublishinggroup.it*

FIORENTINI: QUATTRO GENERAZIONI TRA INNOVAZIONE E SALUTE

SIMONA FIORENTINI

Nella patria dello slow food c'è chi da cent'anni difende uno stile di vita genuino e biologico. Parla la Marketing & Sales Manager, Simona Fiorentini. «I nuovi prodotti partono sia dalla domanda di mercato che dalle nostre intuizioni»

di letizia ceriani

Nel 1918 Leonildo Fiorentini apre una piccola bottega di vendita al dettaglio nel cuore di Torino. Appassionato di cibi etnici, ricerca alternative alimentari originali da proporre a un Paese che si rialzava dalla Grande Guerra: pane azzimo, cous cous, lavorazioni alternative dei cereali, cibi salutistici e macrobiotici...i «prodotti dal mondo». Un unico credo: italianizzare la novità.
Oggi Fiorentini detiene la leadership in un settore in continua espansione. Parliamo del mercato degli snack salutistici e dei sostitutivi del pane. La tappa più importante è segnata dagli anni '90 che vedono l'inaugurazione di una nuova fase, quella della produzione. Le gallette di riso soffiato sono solo l'inizio: oggi la gamma di cereali spazia dal riso, alla quinoa, dal mais ai flavour più continentali. Sia chiaro: tutto è OGM free, gluten free, veganox e *vade retro* fritto!

LCPUBLISHINGGROUP

FOODCOMMUNITY

AWARDS

5th Edition

Lunedì **29/11/2021** ore **11,30**

FOUR SEASONS HOTEL

Via Gesù 6/8, Milano

PROGRAMMA

ORE 11,30
Accredito
e welcome cocktail

ORE 12,30
Premiazioni

PARTNERS

CURTIS

FOCUS
ITALIAN LAW FIRM

Trevisan & Cuonzo

#FoodcommunityAwards

Per informazioni: martina.greconaccarato@lcpublishinggroup.it

Dal 2014 al 2019 l'azienda ha incrementato il fatturato, passando da 57 milioni di euro a 88. Il 20% del fatturato viene esportato in 55 Paesi e tra questi l'Inghilterra pare essere una grande aficionada.

Il comando è oggi presieduto dalla quarta generazione della famiglia rappresentata da **Fabrizia** e **Simona**, pronipoti di Leonildo e figlie di **Roberto** e **Adriana**. Abbiamo chiesto proprio a Simona, responsabile del marketing, di raccontarci la storia imprenditoriale di Fiorentini, dagli albori a oggi.
Si intuisce che il periodo della pandemia è stato vissuto come un'occasione per ripensare creativamente al brand. Ri-concettualizzazione. E poi lavorare sul canale e-commerce e il nuovo stabilimento a impatto zero alle porte di Torino. Da dove l'ispirazione? «La curiosità di nonno Leonildo», risponde con orgoglio Simona.

Nonostante abbia accumulato un bel po' di anni di storia, Fiorentini appare sempre al passo coi tempi. Forse perché la modernità, l'avanguardia, è sempre stata la vostra mission? Come è evoluta la vostra identity dalla fondazione a oggi?
La nostra mission è sempre stata quella di proporre un prodotto salutistico e buono per tutti. Dalla fondazione a oggi la nostra attività è cambiata soprattutto per quanto riguarda la produzione: abbiamo iniziato come vendita al dettaglio di prodotti etnici e ci siamo poi evoluti nel tempo divenendo noi stessi produttori, dagli anni '90 iniziamo l'avventura nei sostitutivi del pane, quindi se il filone di base è sempre stato quello di realizzare prodotti salutari adatti a tutti, prima lo facevamo utilizzando il know how di produttori terzi, successivamente noi in prima persona a produrre.

L'idea dei "prodotti dal mondo", da dove è nata? Da dove viene la vostra "curiosità alimentare"?
È sempre stato un modus della nostra famiglia: i miei nonni erano persone curiosissime e hanno girato il mondo in cerca di specialità alimentari e prodotti particolari da proporre al nostro paese. Il nostro negozio è sempre stato il fiore all'occhiello per quanto riguarda le novità nella città di Torino, come il pane azzimo, il cous cous, le prime marmellate senza zucchero...è una cosa che sta nel DNA della nostra famiglia e noi come terza e quarta generazione cerchiamo di portare avanti questo messaggio.

> MANTENERE UNO STILE DI VITA SANO NON È UNA PRIVAZIONE, MA UN DI PIÙ

Parte quindi come "bottega delle curiosità", potremmo dire, un piccolo mercatino di specialità esotiche che allora immagino fossero introvabili a Torino e in Italia in generale. Nel tempo, come avete coniugato la tradizione culinaria del vostro territorio?
La peculiarità della nostra terra viene riversata nelle materie prime, principalmente. I nostri prodotti sono innovativi e non appartengono alla tradizione culinaria italiana. Noi le italianizziamo, proponiamo delle materie prime italiane e proponiamo delle ricette che possano in qualche modo affiancare i piatti della tradizione nostrana. Il motto è, da sempre, italianizzare la novità.

Veniamo a oggi. Quanto le vostre proposte partono dalla domanda di mercato e quanto dalle vostre intuizioni? Quanto ha influito il covid sul vostro fatturato? Quali prodotti sono andati per la maggiore e quali invece sono hanno riscosso il successo sperato?
Non c'è una risposta univoca. I nuovi

prodotti partono sia dalla domanda di mercato che dalle nostre intuizioni. Succede che alcuni mercati ci chiedano prodotti di un certo tipo: questo accade soprattutto per l'export. All'estero hanno esigenze particolari che cerchiamo di soddisfare, realizzando dei prodotti tailor made. Sarebbe un po' miope pensare che prodotti che funzionano in Italia vadano bene anche all'estero. Spesso non è così, anzi. In altri casi, sono nostre intuizioni, quindi seguiamo i trend e le mode del momento e plasmiamo in base ai nostri studi dei prodotti che si rivelano poi vincenti. Alcune referenze sono andate molto bene, altre meno, ovviamente. Non tutti i prodotti che lanciamo seguono un iter lineare. Per anni non vengono capiti e poi magari esplodono...

Capita che si anticipino le mode, insomma.
A volte il mercato non è ancora pronto e magari il prodotto non va. Mi viene l'esempio dei triangolini: abbiamo iniziato a venderli in Inghilterra con sapori particolari, al gusto *chili* piuttosto che alla *salsa bbq*...in Italia abbiamo provato e non sono andati per cui eravamo molto titubanti. Cambiando la ricetta, però, rendendola più semplice, hanno fatto il boom.

Quanto ha influito il Covid-19 sul vostro fatturato?
Purtroppo, la pandemia è stata pessima per il nostro fatturato, soprattutto il primo lockdown del 2020. Cambiando le abitudini alimentari e dei consumi, la gente ha ripreso a cucinare, mentre la nostra produzione è soprattutto legata a una vita attiva e fuori casa, per cui ne abbiamo sofferto. Questo è stato per fortuna mitigato dalla riapertura dove abbiamo ricominciato a fare buoni fatturati, anche durante il secondo lockdown. In definitiva, pur non avendo mai chiuso, la nostra azienda non è stata tra quelle graziate. Abbiamo avuto delle perdite, ma ci siamo rialzati.

Nel 2018 avete festeggiato un secolo di Fiorentini. Come si posiziona l'azienda sul mercato nazionale? Qual è l'andamento nell'export?
L'azienda sul mercato nazionale è leader nella nostra nicchia di mercato, quella degli snack salutistici e sostitutivi del pane, perché proponiamo un'ampia gamma di referenze, oltre 15 tipi di

> CAPITA CHE SI ANTICIPINO LE MODE, CHE IL MERCATO NON CAPISCA IL PRODOTTO E POI, INASPETTATAMENTE, ESPLODE

cereali. Il nostro posizionamento è premium perché vendiamo prodotti d'agricoltura biologica e con un processo produttivo più complesso e più costoso dei produttori di snack fritti per esempio. Avendo alti costi di produzione, siamo in una nicchia di mercato. Per quanto riguarda l'export, è il settore su cui la pandemia ha pesato di più, è andato molto a rilento e si sta riprendendo solo ora. L'Inghilterra è il nostro primo mercato, anche se la Brexit sicuramente non ha aiutato.

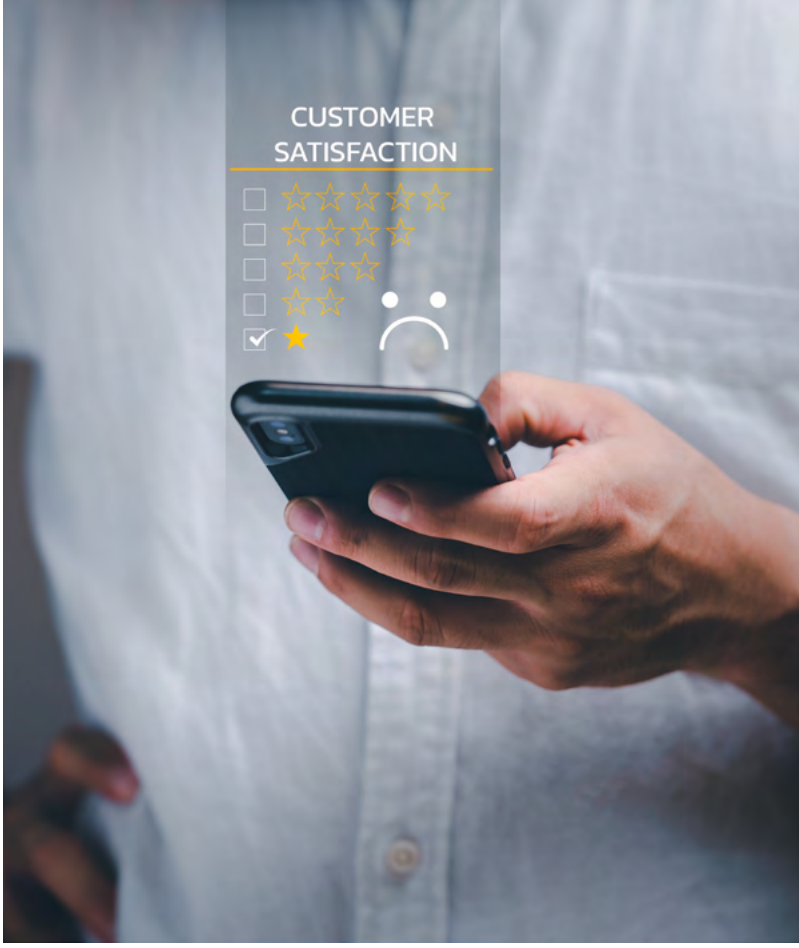
Inghilterra, la patria del work and lunch fuori casa...immagino che gli snack salutistici siano un passe-partout lì.
Sì, esatto, c'è questa tendenza a mangiare fuori casa, soprattutto a pranzo, e i nostri snack possono diventare ottimi accompagnamenti per un pasto buono e sano.

In qualità di Marketing & Sales Manager dell'azienda, mi può raccontare meglio la vostra idea di business? Prodotti healthy, gluten free e sostenibili, e-commerce, agricoltura biologica, attenzione al tema della diversità, dell'inclusività, ma soprattutto della sostenibilità... Quanto tutte le iniziative degli ultimi anni incarnano i pilastri di Fiorentini?
Fiorentini è un po' tutto quello che lei ha elencato: proporre un prodotto salutistico accessibile a tutti. Il prodotto healthy è sempre stato visto come qualcosa di punitivo, legato esclusivamente al mondo della dieta, della rinuncia ai piaceri della vita. Ecco, sono molto contenta che negli ultimi anni i trend stiano virando verso la nostra idea di prodotto, salutare, leggero e gustoso. Laddove mantenere uno stile di vita sano non significa privarsi di qualcosa, ma invece acquisire un di più.

«Noi siamo quello mangiamo», diceva Feuerbach.
Certo, se mi nutro in un certo modo, posso avere una vita migliore, più attiva. La nostra mission è sempre andata in questa direzione. Ci siamo sempre adoperati affinché questi prodotti, per arrivare a tutti, fossero anche disponibili su tutti i canali distributivi, non unicamente nei negozi specializzati.

Immagino si stia riferendo al vostro canale e-commerce. Quando e perché lo avete aperto?
Abbiamo aperto il nostro e-commerce perché ricevevamo la richiesta da chi non riusciva a trovare i nostri prodotti dappertutto. Abbiamo dato la possibilità ai nostri clienti di provare tutta la linea. Il canale è attivo da gennaio 2021, perché negli anni precedenti siamo stati impegnati nella costruzione del nostro nuovo stabilimento produttivo a Torino e ci siamo dati molto da fare da questo punto di vista.

E dovete andare fieri della vostra nuova sede. Quali sono i punti di forza? Come si relaziona all'innovazione e all'impatto ambientale?
Abbiamo investito molto per il nuovo stabilimento e siamo soddisfatti del risultato. Parliamo di 70mila mq di superficie, dove l'illuminazione è LED, il controllo della struttura è telematico e l'isolamento termoregolatore è dato da una serie di pannelli isolanti rivestiti in lamiera di acciaio zincato. Abbiamo anche inserito un innovativo sistema di recupero dell'aria calda generata durante la produzione di aria compressa.



QUANDO LA RECENSIONE È INDIGESTA

Cosa fare contro critiche ingiustificate o gratuitamente dannose. Breviario di "difesa" ai tempi del green pass

di alessandro klun*

A partire dal 6 agosto 2021, data di introduzione dell'obbligo di green pass per il cliente che intende consumare pasti al chiuso, un numero sempre maggiore di ristoranti e locali, per il solo fatto di applicare la relativa norma, riceve su piattaforme di recensioni, portali dedicati o motori di ricerca, valutazioni e giudizi negativi su qualità e servizio. Bocciature espresse e motivate da contrarietà nei confronti del certificato verde.
Per cercare di ovviare a tale situazione, piattaforme e portali che raccolgono recensioni si sono orientati nel senso di rimuovere critiche e commenti rivolti alle attività di somministrazione aventi ad oggetto la verifica del possesso di tale certificato.

Ciò nonostante, come si è appreso da recenti notizie di cronaca, il fenomeno è in continua ascesa con il moltiplicarsi di declassamenti e violazioni della web reputation.
Nel rispetto della procedura adottata da ciascuna piattaforma per denunziare e far rimuovere un commento negativo sospetto, in linea generale si può osservare che esprimere on line un giudizio negativo riguardo un (dis)servizio non genera responsabilità per chi lo esprime se quel giudizio corrisponde al vero, se è pertinente, se viene formulato con esattezza, correttezza e non è offensivo oppure quando rientra nel legittimo diritto di critica.

Al di fuori di questi limiti, la recensione che lede la dignità e la reputazione dell'attività è illegittima e può persino costituire diffamazione per le espressioni offensive usate, aggravata dall'essere amplificata tramite la rete, quindi percepibile da un numero indeterminato di persone.
In questo caso, fermo il problema dell'individuazione dell'autore, che può celarsi dietro un nickname o un account fake, il soggetto leso può chiedere la rimozione, agendo sia nei suoi confronti, se la sua identità è nota, sia verso la piattaforma che l'ha pubblicata.

In particolare, quest'ultima, valutato il contenuto segnalato, provvede alla sua rimozione soltanto se manifestamente illecito in seguito al controllo effettuato sulla base delle proprie condizioni d'uso; altrimenti procederà in tal senso esclusivamente in virtù di un provvedimento dell'Autorità Giudiziaria, come stabilito dalla più recente giurisprudenza di merito (ordinanza Tribunale di Roma 21.09.2020).

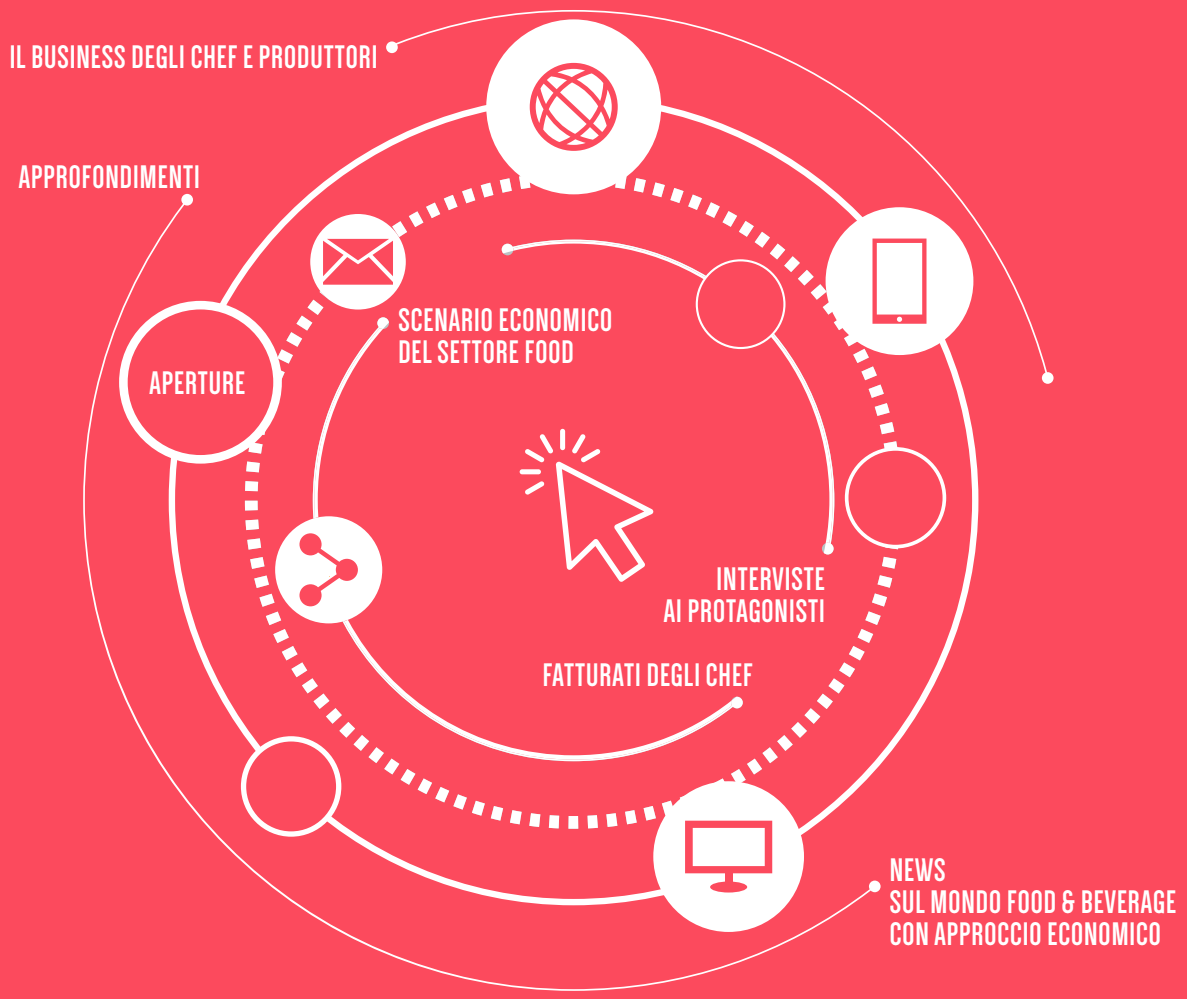
In conclusione, considerata la tendenza sempre più diffusa a scegliere il ristorante sulla base dei giudizi espressi in rete dagli utenti, ben si possono immaginare le conseguenze economiche di questo review bombing per le attività di un settore tra i più colpiti dalla crisi sanitaria.

**Autore di testi sul diritto ristorativo – A cena con diritto*

LCPUBLISHINGGROUP

FOODCOMMUNITY

Il primo strumento di informazione completamente digitale
sui protagonisti del mondo Food in Italia



Seguici anche
sui nostri canali social

Iscriviti alla newsletter
e resta in contatto

www.foodcommunity.it

LIBRANDI, LA CALABRIA E LA VOCAZIONE SOSTENIBILE

L'azienda ha presentato il suo primo bilancio di sostenibilità. Tra i progetti promossi dall'azienda c'è la riscoperta di vitigni autoctoni

di camilla rocca

Una grande famiglia, la più importante in termini di fatturato, export ed ettari della Calabria che vede i fratelli Librandi occuparsi della cantina in prima persona. Dalla gestione diretta dei vigneti a tutte le fasi della produzione vitivinicola, fino alla commercializzazione. In quella che fin dall'antichità era chiamata "la terra del vino" ovvero "EnotriaTellus", la famiglia ha voluto raccogliere la sfida di portare queste terre e in particolare Cirò Marina, sotto i riflettori della critica nazionale e internazionale.

«La Calabria racchiude in sé un mondo di incomparabile bellezza. Da questo paesaggio unico noi Librandi traiamo da sempre ispirazione per incarnare la tradizione enologica di una zona storicamente vocata alla coltivazione della vite», racconta **Paolo Librandi** , co-titolare della cantina. «Mossi da questo interesse, abbiamo scelto di tradurre in maniera oggettiva quella che da sempre è la filosofia aziendale mediante l'adozione dello standard Equalitas». E così è stato presentato il primo Bilancio di Sostenibilità.

LA FAMIGLIA LIBRANDI: RAFFAELE, PAOLO, NICODEMO, TERESA E FRANCESCO

Due milioni e mezzo di bottiglie l'anno e un export che copre 40 Paesi in tutto il mondo, Librandi è divenuta un punto di riferimento indiscusso dell'enologia della regione e del Paese.
«Abbiamo scelto di tradurre in maniera oggettiva quella che è la nostra filosofia ispiratrice portando avanti un percorso di rendicontazione sociale che ci ha condotti nel 2021 all'ottenimento della certificazione Equalitas e alla pubblicazione del nostro primo Bilancio di Sostenibilità» spiega Paolo Librandi.
Equalitas è uno standard volontario specificatamente studiato per il settore vitivinicolo che nasce dalla volontà di fornire una certificazione unica, una visione omogenea e condivisa per l'intero settore, una garanzia per il consumatore e gli stakeholder rispetto alla correttezza e alla verificabilità dei requisiti definiti secondo i tre pilastri sociale, ambientale ed economico. Nota per il suo costante impegno sul tema della ricerca in ambito vitivinicolo, ricoprendo negli anni un ruolo da protagonista nella riscoperta di vitigni autoctoni ormai dimenticati o perduti, l'azienda Librandi ha fatto del tema della sostenibilità un argomento di centrale importanza. «La sostenibilità – continua Paolo Librandi – intesa come impegno sociale, economico e ambientale, è una linea guida chiave della nostra azienda, da sempre attenta alla cura del territorio e alla salvaguardia della biodiversità».
Tra i progetti promossi dai Librandi c'è la riscoperta di vitigni autoctoni ormai dimenticati e quasi perduti.
«Siamo partiti da due semplici considerazioni: la consapevolezza della vastità e della ricchezza del nostro patrimonio viticolo e la sostanziale assenza di letteratura scientifica sulle nostre varietà principali. È stata quindi la voglia di conservare, attualizzare ed esaltare le caratteristiche delle nostre varietà a spingerci in questa avventura», racconta Paolo Librandi. Così nel 1993 in una delle cantine, Duca Sanfelice, a Ponta nel comune di Cirò (Kr) viene impiantato il primo campo sperimentale che accoglie Magliocco, Arvino, Mantonico Bianco e Pecorello. Poi nel 2000 nell'azienda Rosaneti a Rocca di Neto (Kr), acquisita tre anni

TERESA LIBRANDI

PAOLO LIBRANDI

prima, dopo un sistematico studio geopedologico, nasce un campo sperimentale di confronto tra presunti cloni di 25 varietà autoctone, all'interno del quale per cinque anni si effettueranno i campionamenti pre-vendemmiali e le microvinificazioni aziendali comparative. Nel 2001 inizia un periodo di ricerca sistematica su tutto il territorio calabrese delle varietà autoctone non ancora rinvenute e a rischio di estinzione, in collaborazione con il professore Attilio Scienza dell'Università Statale di Milano; così l'anno successivo nell'azienda Rosaneti, viene impiantato un campo sperimentale che accoglie 2.786 viti franche di piede nate da seme (semenzali) e ottenute da autofecondazione, allo scopo di far esprimere la loro variabilità intra-varietale, nonché la massima espressione genetica del Gaglioppo e del Magliocco dolce. Ma è solo nel 2013 che avviene la trasformazione totale del vigneto: viene impiantato un campo di collezione dei vitigni autoctoni calabresi, un vero e proprio giardino varietale, che accoglie attualmente circa 200 varietà recuperate su tutto il territorio regionale e disposte, con ripetizioni di 10 piante per tipo, in un vigneto dalla caratteristica forma a spirale.

«Il percorso di certificazione – spiega Raffaele Librandi – ha interessato, nello specifico, quattro "buone pratiche": la lavorazione, coinvolgendo quindi le fasi di vinificazione, imbottigliamento e il lavoro sul packaging dei nostri prodotti; buone pratiche sociali ed economiche, che hanno coinvolto sia i lavoratori sia gli stakeholder con cui ci interfacciamo giornalmente; ed infine la comunicazione in tutte le sue declinazioni tra cui anche la redazione del bilancio di sostenibilità».

«Il nostro Bilancio di Sostenibilità – continua Raffaele Librandi – è frutto di un'azione concertata e condivisa tra tutti gli attori che ruotano attorno al nostro mondo: dipendenti e collaboratori, clienti e fornitori oltre che le associazioni che operano al nostro fianco da anni. Si tratta di un punto di inizio, l'avvio di un percorso nella consapevolezza che gli importanti impegni assunti e gli obiettivi che ci siamo prefissati saranno raggiungibili solo grazie all'impegno di tutti, mossi dal comune desiderio e responsabilità di voler realizzare un mondo più sostenibile da consegnare alle future generazioni».

La cantina è munita di un vasto impianto fotovoltaico che provvede a circa il 25-30% del fabbisogno energetico dei macchinari, con un notevole risparmio energetico e un conseguente basso impatto ambientale. Forte è anche la tutela del lavoro e dei dipendenti. Librandi si avvale solo di viticoltori locali, tutelati a pieno sia dal punto di vista contrattuale che della formazione.

OUDEIS, ROSATO DA FAVOLA

a cura di uomo senza loden*

Il vino e la favola. Due mondi solo apparentemente distanti: nascono dal lavoro e coniugano fatica, fantasia, preparazione, magia, concretezza. Entrambi osservati, studiati, catalogati, omologati, vivisezionati, con la conseguenza di un potenziale allontanamento da loro stessi. Proprio su queste pagine ho più volte sostenuto che l'eccesso di manierismo, di letteratura, di analisi minuziosa (e spesso inattendibile) rendano il vino un prodotto gravido di sovrastrutture e intellettuale, dunque inadatto ad essere goduto con leggerezza e piacere.
Le fiabe: fantasia, metafore, linguaggio simbolico, pensiero magico: un mix adatto a raggiungere i bimbi stimolandone mente e creatività. Indirizzate (non sempre, ma spesso) a tutti i ai bambini, anche a quelli che ci portiamo dentro e ai quali troppo spesso non diamo voce. Senza scomodare Leopardi e Pascoli, dovremmo a dare spazio al fanciullo che è in noi: scopriremmo un mondo dimenticato e tramite esso guardare con occhi nuovi, innocenti e disincantati al contempo, alla realtà che ci circonda. Eh, sì: perché le fiabe mescolano l'impossibile e il concreto, la crudeltà (.... avete presente come realmente finisce il pifferaio magico? O scarpette rosse?) e la dolcezza, la realtà e il sogno, il cinismo e la generosità. Nelle fiabe (i puristi mi correggeranno osservando che in questo caso sarebbe meglio parlare di favole) persino gli animali parlano. Magari fosse realmente così: potremmo finalmente contare su una classe politica di livello!
Le fiabe, quelle con la effe maiuscola, sono – evviva! – quanto di più lontano vi possa essere dal *politically correct*. Buoni e cattivi, principi e principesse, maghe e streghe, re e regine, eroi e antieroi, mostri e cavalieri, belli e brutti (e belle e brutte). I ruoli sono chiari, delimitati, identitari. Acquistiamole e promuoviamole, le fiabe, prima che la follia estremista, dogmatica e ignorante del "cancel culture" si accorga di questo mondo così utile ai nostri bimbi (e a noi stessi) per avvicinarsi, tramite la fantasia, al reale nelle sue declinazioni anche quando a tinte fosche.

E le favole cinematografiche? Ditemi quel che volete ma Pretty Woman è una favola: c'è la principessa, il principe azzurro, il cattivo (...un M&A lawyer: con caratteristiche che, devo dire, non sono oggi così rare...), la carrozza bianca, la scalata anche materiale con la quale il principe conquista la sua principessa: e vissero felici e contenti!
Non trovate allora che sia quanto mai attuale e corretto l'accostamento del vino alla fiaba?
Enrico Serafino, Oudeis Alta Langa D.O.C.G. Rosé de Saignée Millesimato 2017 ci porta l'elegante nobiltà del cuore, della tradizione, della fantasia,

risvegliando in noi sensazioni da fiaba.
Nel bicchiere ci saluta un rosa antico brillante non particolarmente carico, ingentilito da riflessi (che ben fanno sperare) buccia di cipolla. Perlage fine e persistente, ma non invadente. Al naso, ampio, di buon corpo, complesso ed elegante, dove un'apertura floreale in declinazione secca vira verso la fragilità delle fragoline di bosco, l'eleganza sensuale della rosa, la nota selvatica del biancospino, la rassicurante e mai manieristica crosta di pane. Al palato intenso, elegante, lungo, con una nota di quasi dolcezza che si confonde con una presenza secca, decisa e che conduce (come se si arrampicasse lungo una bionda treccia calata dal balcone) a una rassicurante freschezza.
Oudeis, ci racconta il produttore, deriva da "Odysseus" inteso come "nessuno", a significare che la complessità di questo vino non nasce da una persona, bensì da un *terroir*: frase un po' alla Odisseo, a danno del povero (diciamo così) Polifemo: ambigua e solo parzialmente vera. Tuttavia, ci piace immaginare che essa sia l'espressione della fantasia, della fiabesca poesia di questo vino.
Immediata la risposta a quella molesta domanda riguardante il migliore abbinamento. La risposta si fa semplice: una serata ancora tiepida, acquerellata dai mille colori dell'autunno, oppure un caminetto acceso caricato a legna leggermente profumata di resina. E un principe azzurro che si perde negli occhi della sua principessa.

**l'autore è un avvocato abbastanza giovane per poter bere e mangiare ancora con entusiasmo, ma sufficientemente maturo per capire quando è ora di fermarsi*

EL TACOMAKI: IN BILICO TRA GIAPPONE E MESSICO

di camilla rocca

Due indirizzi, di cui uno appena aperto, per due cucine. Una commistione tra Giappone e Messico, due culture, e quindi due tradizioni culinarie, che chi ha provato anche una volta nella vita in loco, non si può togliere dalla mente.

Ed ecco perché una cucina fusion è particolarmente adatta a una città cosmopolita come Milano, prima con l'indirizzo di Via Fauchè all'11 e ora con il nuovo in Corso Como al 12. E sebbene l'atmosfera colorata e festaiola messicana si possa vedere a colpo d'occhio nel design del locale, nei piatti e nel servizio si ritrova quel rigore tutto giapponese che non si scorge in automatico, tanto il clamore di una cultura tanto il silenzio dell'altra, si trovano subito anche nei piatti.

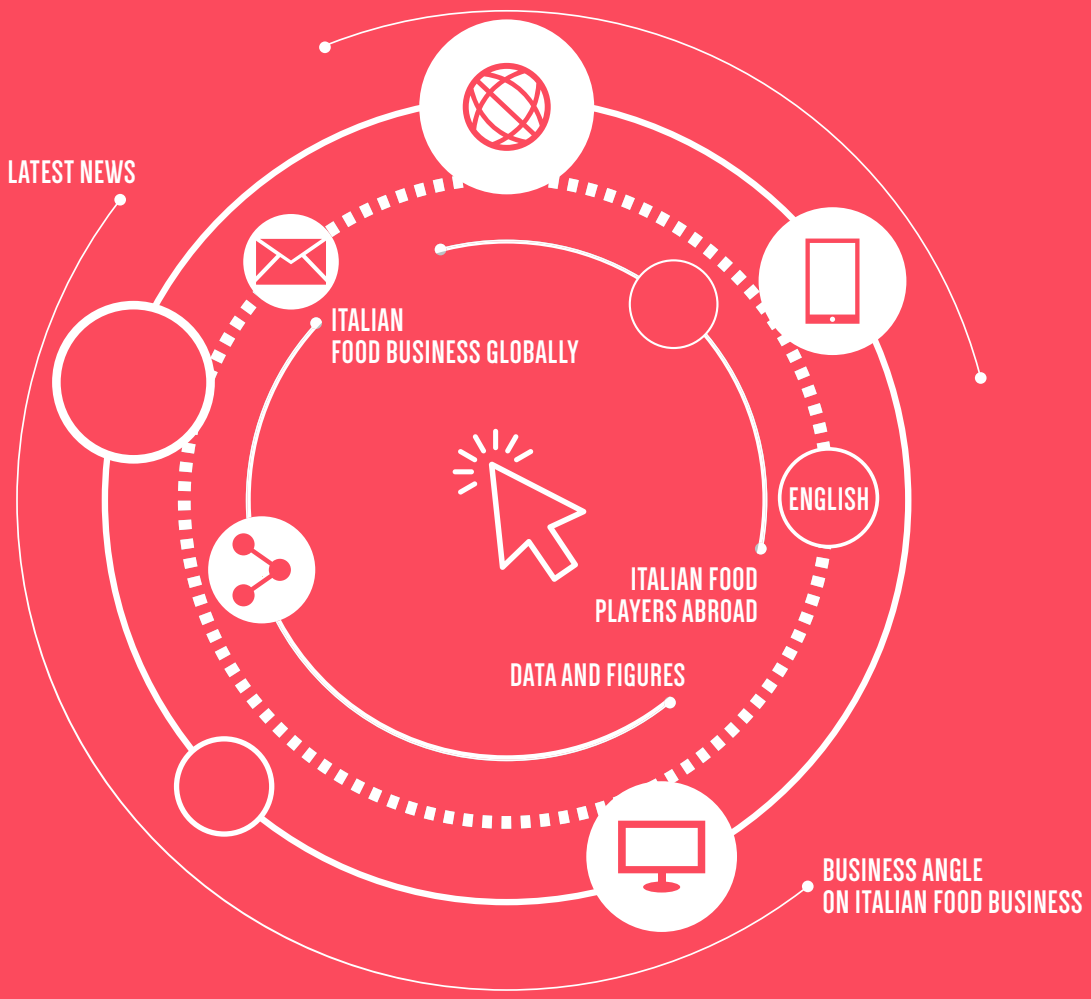
Da provare i cult come i Tacos Picanha Caliente, ovvero una sfoglia di mais ripiena di straccetti di picanha marinata in salsa kimchi, soia, peperoncino dolce, cipollotto, tenkasu, panna acida e iceberg; gli Uramaki Vista Hermosa, ripieni di salmone, ricciola, avocado, tobiko, guacamole, teriaky e pasta kataifi oppure ancora il Burrito sushi El Diablo, realizzato con carta di soia con tartare di tonno, tobiko, salsa taquera, jalapenos, maionese tacomaki, cipollotto, iceberg e tenkasuo. «Non potremmo essere più orgogliosi di questo progetto dopo il periodo difficile che ha affrontato la ristorazione – racconta **Samuele Serra**, ceo e founder di Milano Restaurant Group – Tacomaki, dove precisione, affidabilità e tradizione vanno di pari passo con un'esperienza informale, allegra e avvolgente, è stato pensato per essere un format che si presta perfettamente a essere replicato, come dimostra l'apertura in pochissimo tempo di già due location».

EL TACOMAKI. CORSO COMO, 12 - MILANO – 02 35999715 - WWW.ELTACOMAKI.COM

LCPUBLISHINGGROUP

FOODCOMMUNITYNEWS

The first digital information tool focusing on the activities of the Italian food & beverage players abroad



Follow us on

www.foodcommunitynews.com

LCPUBLISHINGGROUP

MAG

IL QUINDICINALE DIGITALE GRATUITO

DEDICATO ALLA BUSINESS COMMUNITY

In ogni numero:

- Interviste ad avvocati, in house, fiscalisti, bankers, chefs, imprenditori
- Studi di settore
- Report post awards/eventi
- Video interviste

Seguici su

Per abbonarsi alla versione cartacea scrivere a
info@lcpublishinggroup.it

Cerca MAG su

Download on the App Store

GET IT ON Google Play