



# LEGAL PR: IL SETTORE CRESCE DEL 47%



Boom di professionisti che puntano sugli avvocati. Fatturato sopra quota 3 milioni (+7%). Ma non mancano gli studi associati che rinunciano alle agenzie. E in tanti pretendono di avere un consulente dedicato con cui costruire un rapporto di partnership.



**GRANDI CLIENTI E FOCUS  
SULLE INDUSTRY COSÌ,  
CAMBIA DLA PIPER**



**Stucchi:**  
«l'innovazione  
salverà il labour»



**Le otto  
raccomandazioni  
dell'Antitrust**



**La taglia 40  
piace ai 5  
del societario**

Work in progress

1 2 3



## LA TAGLIA 40 PIACE AI 5 DEL SOCIETARIO

Esordio positivo per la newco legale Craca Di Carlo Guffanti Pisapia Tatozzi: + 20% sul budget per il primo semestre 2014 e recruiting in corso per ampliare l'organico che oggi conta 20 collaboratori oltre ai fondatori. Ma la selezione è molto severa: «Lo standard qualitativo deve restare alto».

Work in progress

1 2 3

**P**arte con il piede giusto lo studio Craca Di Carlo Guffanti Pisapia Tatozzi. La newco legale, nata a gennaio 2014 dall'integrazione dello studio di **Alfredo Craca, Vittorio Pisapia e Claudio Tatozzi** con lo spin off di Annunziata e Associati guidato dai soci **Francesco Di Carlo** ed **Edoardo Guffanti**, marcia spedita rispetto ai programmi di inizio anno: almeno +20%, secondo quanto risulta a *legalcommunity.it*, rispetto alle previsioni di budget per il primo semestre. Di cifre, però, i partner della law firm, preferiscono ancora non parlare. «Meglio aspettare la fine dell'anno per trarre un bilancio», dice a *Mag by legalcommunity.it* Di Carlo. Che però non nasconde la soddisfazione per il debutto.

#### UNA BOUTIQUE PER IL SOCIETARIO

Lo studio, al momento, conta oltre ai cinque soci fondatori anche più di 20 collaboratori. E nel giro dei prossimi mesi punta a crescere ancora. «Nessuna voglia di diventare un mega studio con centinaia di avvocati», chiarisce Craca, «ma pensiamo che arrivare nel tempo ad una quarantina di professionisti possa essere un traguardo adeguato al perseguimento dei nostri obiettivi strategici». E quali sono? Detto in una formula concisa, afferma Di Carlo: «Essere uno studio indipendente

che opera nel societario giudiziale e stragiudiziale a tutto tondo, con focalizzazione su clientela finanziaria istituzionale ed emittenti quotati».

#### OLTRE LA NICCHIA

E' questa la sintesi che le esperienze dei fondatori della boutique dovrebbe produrre. Gli ex Lombardi Molinari sono noti soprattutto per la loro esperienza nel giudiziale e nel contenzioso. Di Carlo e Guffanti, invece, hanno costruito la loro reputazione di mercato lavorando al fianco di banche, imprese di assicurazione, emittenti, sgr e sim in ambito regolatorio. Ma l'unione delle competenze, secondo il progetto professionale dei neo soci, dovrebbe creare una realtà capace di spaziare in ogni ambito dell'attività di consulenza e



Work in progress

1 2 3

assistenza in ambito societario. Questo studio, quindi, non vuole posizionarsi semplicemente come realtà iperspecialistica, ma punta a una collocazione di mercato più ampia e fuori dalla nicchia.

### RECRUITING IN CORSO

«Mentre studiavamo la nostra unione», racconta Craca, «abbiamo cercato di identificare quali fossero i nostri principali competitor». «Per darci una risposta abbiamo pensato a quali studi incontriamo più spesso come nostre controparti», prosegue Di Carlo, «ed è emersa che sono i grandi studi italiani ed internazionali, come Chiomenti, Bonelli Erede, Linklaters, Freshfields. Il che chiarisce l'idea del tipo di associazione a cui siamo riusciti a dare vita». Il recruiting, per rinsaldare le fila della compagine di studio, è in corso. Ma la selezione



è piuttosto severa. «Cerchiamo professionisti di qualità, in grado di inserirsi nel nostro progetto professionale sposandone non solo gli obiettivi ma anche lo stile» osserva Craca che sottolinea quanto sia rilevante «l'affinità personale tra i componenti dello studio. Cultura e approccio al lavoro devono essere in sintonia così come la visione e le strategie. E' questo il fattore che ci ha convinti a dare vita a questa nuova realtà». Insomma, Craca Di Carlo Guffanti Pisapia Tatozzi si presenta come una partnership a maglie strette anche se non impenetrabile. «L'associazione è aperta e in futuro potrebbero esserci nuovi soci, soprattutto per crescita organica», dice Di Carlo.

### I DEAL PIU' RECENTI

Ciò a cui, almeno per il momento, i 5 soci non pensano è di allargare il raggio d'azione a settori finora non coperti come il tax o il diritto del lavoro. «Si tratta di una questione di coerenza», afferma Craca, «e di volontà di offrire ai clienti lo stesso standard qualitativo in ogni area di attività che copriamo. Allargare il raggio d'azione a settori nuovi per noi, non rientra tra i nostri obiettivi». Tra le principali pratiche seguite recentemente dallo studio la partnership tra Kairos e Julius Baer, l'ingresso di Tamburi Investment Partners (Tip) in Eataly con una quota del 20% e più di recente l'assistenza a Cobra nell'ambito dell'opa lanciata da Vodafone. [🌐](#)