

Cronache di guerra
FRONTE LEGALE

Bilanci
CAPPELLI RCCD:
+22% NEL PRIMO ANNO

In evidenza
ORSINGHER ORTU:
ORGANIZZAZIONE,
EQUILIBRIO, VISION

In house
LEGANCE SCEGLIE
UN GENERAL COUNSEL

Dieci domande a...
CARETTA: REALTÀ VIRTUALE
E AVVOCATI, IL CASO
DOLCE & GABBANA

Focus
LA RINASCITA DEL SETTORE
MODA (E LA MINACCIA
DELLA CRISI UCRAINA)

Speciale vincitori

LEGALCOMMUNITY
FINANCE AWARDS 2022

Ricavi in salita del 25%.
Lo studio sfonda il tetto
dei 50 milioni di euro.
Il giro d'affari per fee
earner sale a 450mila
euro. Sutti a MAG:
«La not to do list
funziona»

DENTONS CRESCONO FATTURATO E POSIZIONAMENTO

DE BERTI JACCHIA PUBBLICA IL SUO PRIMO DOCUMENTO DI SOSTENIBILITÀ

«Quelli relativi alle attività di reporting diventeranno sempre più anche dei servizi vendibili: sempre più clienti ci chiedono come essere compliant con gli obblighi di sostenibilità»

di giuseppe salemme



N

Nel 2014, la direttiva nota come Nfrd (Non-financial reporting directive) ha introdotto il primo obbligo europeo di "rendicontazione non finanziaria", a esito della quale circa 11mila soggetti attivi sul territorio Ue (essenzialmente le grandi società quotate o attive nel settore bancario/assicurativo) hanno dovuto iniziare a tenere annualmente un "bilancio di sostenibilità", con informazioni e dati su impatto ambientale, sociale, lavorativo e umano delle proprie pratiche aziendali.

In Italia, che ha recepito la direttiva con il decreto legislativo n. 254/2016, il numero di aziende tenute a questo tipo di *reporting* è relativamente basso: nel 2020, secondo gli ultimi dati Consob disponibili, erano 151 le aziende quotate sul Mta (oggi Euronext Growth Milan) che avevano pubblicato una dichiarazione non finanziaria (Dnf).

Eppure, gli effetti della direttiva Nfrd hanno da subito interessato realtà anche al di fuori della stretta cerchia di *big players* individuata espressamente dal dettato normativo. In vista

della sempre maggiore esigenza da parte di questi ultimi di certificare la virtuosità dell'intera filiera aziendale, molti soggetti medio-piccoli hanno adottato a loro volta politiche di maggiore trasparenza in materia di sostenibilità e impatto sociale. Gli studi legali, spesso i più reattivi quando si tratta di intercettare una nuova esigenza della clientela, non hanno giocato d'attesa.

Su queste pagine abbiamo raccontato in passato dei report integrati di studi come Sza o Freebly (rispettivamente su [MAG 128](#) e [MAG 170](#)): iniziative non obbligatorie e per questo non scontate. In grado di testimoniare l'attenzione di uno studio, oltre che agli interessi dei clienti e alla trasparenza delle proprie politiche interne, alla propria immagine e ai modi con cui essa viene veicolata al pubblico. E che, tra l'altro, potrebbero tornare utili come "allenamento" in ottica futura: la nuova direttiva Csr (Corporate sustainability reporting), la cui entrata in vigore è attesa per il 2026, si propone di estendere (oltre che di approfondire) gli

LO STUDIO IN CIFRE



obblighi di rendicontazione non finanziaria a quasi 50mila soggetti in Europa.

A metà febbraio, anche lo studio De Berti Jacchia ha pubblicato il suo primo documento di sostenibilità: un nuovo passo nel percorso di social responsibility dello studio,

iniziato nel 2017 con l'adozione di una carta dei valori. E che non terminerà qui: lo testimoniano l'adesione dello studio alla Global Reporting Initiative e l'istituzionalizzazione di un team dedicato di professionisti impegnati a rendere la gestione interna dello studio sempre più trasparente. E lo confermano le parole dell'avvocato **Roberto A. Jacchia**, socio fondatore dello studio, che a MAG ha raccontato la strategia dietro la pubblicazione del documento.

Quali fattori hanno inciso sulla scelta di pubblicare un documento di sostenibilità?

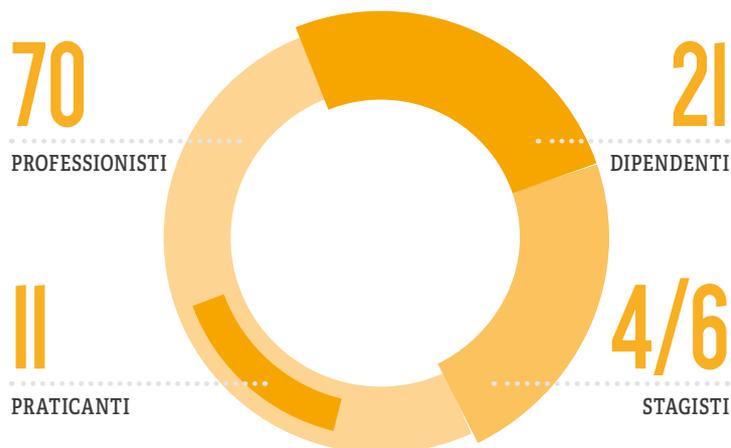
Le motivazioni sono diverse. Il mondo va chiaramente in questa direzione, quindi in generale c'è l'aspettativa che tutti si muovano in questo senso. Soprattutto da parte dei grandi clienti, tenuti a fare il bilancio di sostenibilità obbligatorio e che per questo ci interpellano per sapere se anche noi siamo conformi agli standard



GIULIA PICCHI

LE RISORSE UMANE DELLO STUDIO

	Under 30	30-40	40-50	50+
	6	10	6	13
	12	10	21	16



delle loro catene del valore. Ma la stessa aspettativa la nutrono ormai anche collaboratori, personale, e la comunità legale in generale: non è solo una questione di “politically correct”. In ultimo, credo che quelli relativi alle attività di reporting diventeranno sempre più anche dei servizi vendibili: sempre più clienti ci chiedono come essere compliant con gli obblighi di

sostenibilità o come redigere i bilanci integrati, oltre che come porsi in termini di trasparenza con il personale o i clienti. Tutti aspetti che richiedono una consulenza legale.

Come vi siete mossi per redigere il documento e quanto tempo ha richiesto?

L'intero percorso ha richiesto circa nove mesi. La regia

del documento è di Giulia Picchi, fondatrice di Marketude, che cura la nostra comunicazione e ci ha aiutato a mettere insieme i dati e le informazioni che abbiamo ricavato, per poi sistemarle secondo le indicazioni del GRI. Poi il documento è stato fatto circolare tra i soci e anche tra alcuni collaboratori più attenti ai temi ambientali e di sostenibilità, che hanno dato anch'essi il loro contributo.

Prima parlava dell'esigenza dei clienti di verificare che le pratiche dello studio siano rispettose dei loro standard di sostenibilità. Può essere più specifico? Quali sono le richieste più frequenti?

Spesso ci viene chiesto della presenza di un codice etico, che noi abbiamo pubblicato anni fa. Le altre richieste più frequenti sono sulle politiche di gender equality e non discriminazione tra i collaboratori. Poi, trattandosi di uno studio legale, i servizi che eroghiamo non impattano a livello ambientale quanto quelli di soggetti di altro tipo, quindi i temi relativi alla sostenibilità ambientale in senso stretto sono meno rilevanti per noi.

Come proseguirete il vostro impegno sulla sostenibilità?

È un tema molto attuale, e continueremo ad occuparcene. Abbiamo iniziato questo percorso con un passo commisurato alla nostra dimensione da media impresa di servizi: non tutto può succedere istantaneamente e ogni cosa, come ovvio che sia, va commisurata alla capacità di spesa di ciascuno. Ma il nostro obiettivo nei

prossimi anni è implementare e migliorare il documento. In primis perché è la cosa giusta da fare. E poi perché credo possa essere uno di quei casi in cui la cosa giusta può anche funzionare lavorativamente: avendolo imparato a fare sulla nostra pelle, riuscire a vendere questa nostra competenza ai clienti sarebbe un *win-win*.

Un'ultima domanda, doverosa data la situazione geopolitica attuale. Siete tra i pochi studi italiani ad avere una sede a Mosca, in Russia. Come state vivendo il momento attuale?

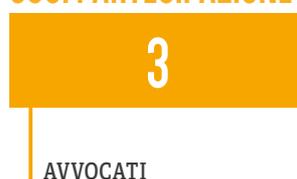
È una questione molto delicata, di cui è difficile parlare. Il resident partner italiano che lavora abitualmente a Mosca per ora è tornato in Italia. Lavoriamo, per quanto si può, da remoto. Speriamo che questo brutto momento passi al più presto. 🇮🇹

MODELLO DI GOVERNANCE

SOCI EQUITY



SOCI PARTECIPAZIONE



SOCI SALARIED



PARITÀ DI GENERE E DIVERSITÀ

