

# *Il marketing dello studio legale Uno strumento per superare il Gap reddituale*

*A cura di  
avvocato  
**Giulia Facchini**  
del Foro di Torino*



**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale



# **I criteri ispiratori del mio intervento**

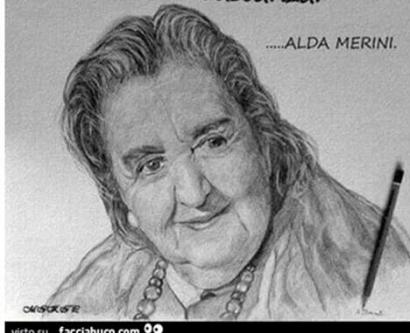
**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale



**PER LE COLLEGHE**

*Dovrei chiedere scusa a me  
stessa per aver creduto di  
non essere abbastanza.*

.....ALDA MERINI.



visto su [facciabuco.com](https://www.facebook.com/facciabuco.com)

**PER TUTTI NOI!**

LA FRASE PIÙ  
PERICOLOSA  
IN ASSOLUTO È:  
"ABBIAMO SEMPRE  
FATTO COSÌ..."  
-GABRIELE D'ANNUNZIO-



# GUARDIAMOCI UN MOMENTO INTORNO...



**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale





QUALI SONO I  
REDDITI DEI  
CITTADINI ITALIANI  
E QUANDO  
GUADAGNANO I  
LAVORATORI  
DIPENDENTI

## LE CLASSI DI REDDITO NEL PAESE ANNO 2022



**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

**LA DISTRIBUZIONE DI REDDITI E IRPEF**

Imposte pagate in % al netto del bonus 80 euro e del trattamento intergrativo sui redditi

CLASSI DI REDDITO	NUMERO CONTRIBUENTI	% CONTRIBUENTI SUL TOTALE			% AMMONTARE SUL TOTALE		
		10%	20%	30%	10%	20%	30%
Fino a 7.500*	10.282.795	24,97%			0,12%		
da 7.500 a 15.000	8.052.960	19,56%			1,80%		
da 15.000 a 20.000	5.570.419	13,53%			6,27%		
da 20.000 a 29.000	8.707.798	21,15%			19,37%		
da 29.000 a 35.000	3.217.343	7,81%			12,48%		
da 35.000 a 55.000	3.465.067	8,41%			21,90%		
da 55.000 a 100.000	1.385.974	3,37%			18,14%		
da 100.000 a 200.000	404.432	0,98%			11,04%		
da 200.000 a 300.000	55.187	0,13%			3,03%		
sopra i 300.000	38.554	0,09%			5,84%		

\*compresi negativi

Fonte: Itinerari previdenziali, Cida (dichiarazioni dei redditi per Irpef 2021)



WITHub

## QUALI SONO E DOVE SONO I LAVORATORI DIPENDENTI PIU PAGATI IN ITALIA

<https://www.money.it/lavori-piu-pagati-italia-settori-professioni-guadagna-di-piu>

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale



DOVE	DIRIGENTI	QUADRI	IMPIEGATI	OPERAI	MEDIA
Nord	101.442	55.499	31.689	25.512	30.632
Centro	102.459	53.677	30.651	24.346	29.248
Sud e Isole	98.389	51.361	28.898	24.449	26.812

## QUALI SONO LE PROFESSIONI PIU PAGATE IN ITALIA?

<https://www.money.it/lavori-piu-pagati-italia-settori-professioni-guadagna-di-piu>

- **Notaio**
- Medico
- Pilota d'aereo di linea
- Web marketing manager
- Consulente finanziario
- Specialisti nella commercializzazione di beni e servizi (come ad esempio l'account manager)
- Software engineer
- Project manager
- Ingegnere (specialmente energetici e meccanici)
- **Avvocato**
- Programmatore Java
- Chimici informatori e divulgatori
- Operatori di apparecchi per la ripresa e la produzione audio-video



**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale





## Un problema non solo italiano



NOTE #2

- **Les femmes passent deux fois plus de temps au travail domestique** (cuisine, vaisselle, ménage, soins aux enfants, linge) que les hommes.
- *In fine*, elles réalisent **72 %** du travail domestique à elles seules.
- Dans les familles avec un enfant, **28 %** des mères sont à temps partiel, puis 42 % quand il y a trois enfants.
- **51 % des femmes à temps partiel indiquent l'être pour s'occuper de leurs enfants.**
- Il existe encore plus de **deux millions de femmes au foyer** en France et parmi elles, huit sur dix ont eu un emploi dans le passé.
- **Nombre de femmes arrêtent ou limitent leur temps de travail pour assurer la garde de leurs enfants en raison d'un manque de solution** : moins de 60 % des enfants de moins de trois ans bénéficient d'un mode de garde formel selon la CNAF. D'après le Haut Conseil de la famille, de l'enfance et de l'âge, le nombre de places à créer en 2018 au cours des cinq prochaines années était évalué *a minima* à 230 000, pour répondre aux besoins les plus immédiats

## FOCUS SUGLI AVVOCATI

### Cosa dice il rapporto Censis sull'avvocatura 2022

Tab. 7 – Condizione professionale **attuale** dell'avvocato (2022) (val. %)

Condizione professionale	%
Molto critica, c'è poco lavoro e la situazione professionale è incerta	28,4
Abbastanza critica, ci sono difficoltà ma si sopravvive	32,8
Stabile, la mia situazione non è cambiata nel 2021	24,5
Positiva, malgrado la crisi la mia condizione professionale è migliorata	13,1
Molto positiva, nel 2021 la mia situazione è molto migliorata	1,1
Totale	100,0

CASSAFORENSE

In collaborazione con:



Fonte: Indagine Censis 2022

AGF  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale



## Cosa dice il rapporto Censis sull'avvocatura 2022

Tab. 8 – Condizione professionale dell'avvocato: previsione sul biennio 2022-2023 (val. %)

Previsione 2022-2023 della condizione professionale	%
Migliorata	23,3
Peggiorata	30,0
Rimasta uguale	46,7
Totale	100,0

Fonte: Indagine Censis 2022

**ACF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale



UN SETTORE IN CRISI

## Avvocati, fuga dalla professione: è caccia al posto fisso nella pubblica amministrazione

Tab. 9 - Ipotesi di lasciare la professione di avvocato in questa fase (val. %)

	%
No	67,2
Si	32,8
<i>Motivi che spingono a lasciare la professione:</i>	
<i>E' un'attività che comporta eccessivi costi e non è remunerativa</i>	63,7
<i>Ho avuto un importante calo di clientela</i>	13,8
<i>Ho deciso di cambiare attività</i>	10,7
<i>Ho deciso di andare in pensione</i>	6,1
<i>Ho deciso di dedicarmi alla famiglia</i>	2,0
Altro	3,7
Totale	100,0

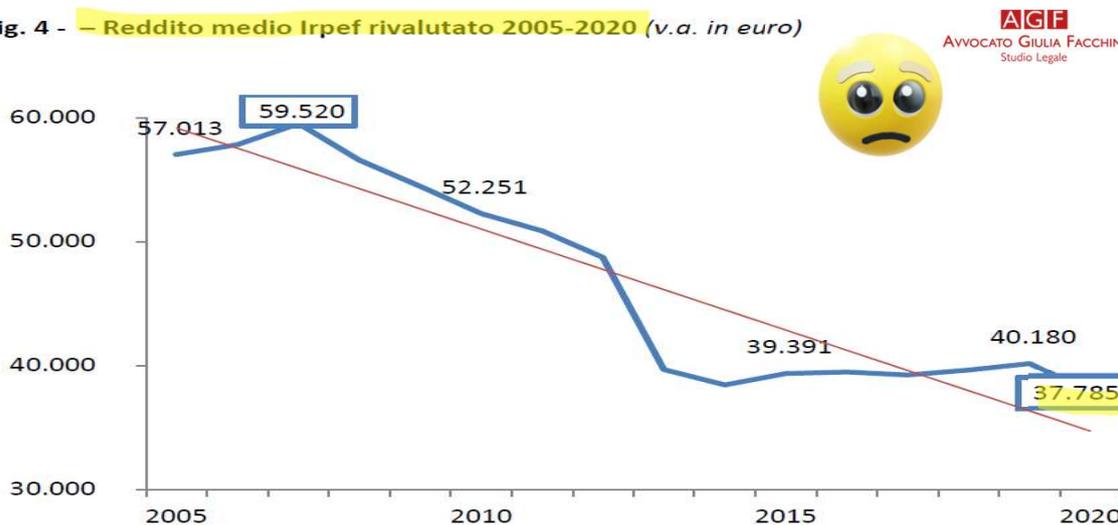
Fonte: Indagine Censis 2022

**ACF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale



## Quanto ai redditi (se fossimo una società avremmo già portato i libri in tribunale)

Fig. 4 - **Reddito medio Irpef rivalutato 2005-2020** (v.a. in euro)



**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale



## Ma come si declina il reddito medio per classi di reddito?

Tab. 16 – Numero posizioni per classe di reddito degli Iscritti. (v.a. e val. %)

Classi di reddito	N. posizioni	%
Reddito zero, inferiore a zero o dato non disponibile	32.002	13,2
Fino a 10.300 euro	63.535	26,3
10.300 - 19.931	45.016	18,6
19.931 - 50.300	65.304	27,0
50.300 - 100.700	20.175	8,3
Oltre 100.700	15.798	6,5
<b>Totale Iscritti</b>	<b>241.830</b>	<b>100,0</b>

Fonte: elaborazione Censis su dati Cassa Forense

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale



# E come si declina il reddito per età?



**Tab. 14 – Reddito medio annuo per classe d'età degli Iscritti. Confronto con reddito medio totale degli iscritti pari a 100 (val. %)**

Classi d'età	v.a. (€)	%
Meno di 30 anni	13.274	35,1
30-34	16.123	42,7
35-39	22.635	59,9
40-44	28.115	74,4
45-49	35.905	95,0
50-54	45.943	121,6
55-59	53.868	142,6
60-64	58.642	155,2
65-69	57.592	152,4
70-74	53.390	141,3
74 e più	35.235	93,3
<b>Totale Iscritti</b>	<b>37.785</b>	<b>100,0</b>

# E come si declina il reddito per genere?



**REDDITO PROFESSIONALE MEDIO DICHIARATO AI FINI IRPEF DAGLI ISCRITTI ALLA CASSA - ANNO 2019 -**

*DISTRIBUZIONE PER CLASSI DI ETÀ'*

Classi di età	ATTIVI			PENSIONATI CONTRIBUENTI			TOTALE ISCRITTI		
	Reddito IRPEF medio			Reddito IRPEF medio			Reddito IRPEF medio		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
< 30	€ 11.956	€ 14.077	€ 12.844				€ 11.956	€ 14.077	€ 12.844
30 - 34	€ 14.086	€ 20.011	€ 16.448	€ 10.008	€ 29.669	€ 23.115	€ 14.086	€ 20.014	€ 16.449
35 - 39	€ 17.742	€ 30.909	€ 23.226	€ 16.811	€ 18.028	€ 17.191	€ 17.741	€ 30.904	€ 23.223
40 - 44	€ 21.444	€ 41.313	€ 30.245	€ 19.010	€ 34.422	€ 23.752	€ 21.438	€ 41.305	€ 30.234
45 - 49	€ 26.617	€ 53.224	€ 38.910	€ 22.251	€ 24.991	€ 23.108	€ 26.596	€ 53.154	€ 38.852
50 - 54	€ 32.674	€ 66.904	€ 50.332	€ 18.882	€ 29.614	€ 24.224	€ 32.584	€ 66.679	€ 50.169
55 - 59	€ 35.237	€ 77.442	€ 60.498	€ 25.254	€ 35.863	€ 30.672	€ 35.116	€ 77.088	€ 60.200
60 - 64	€ 38.432	€ 78.438	€ 65.515	€ 26.882	€ 40.881	€ 37.195	€ 38.200	€ 77.436	€ 64.819
65 - 69	€ 29.755	€ 65.255	€ 56.695	€ 53.166	€ 90.338	€ 83.615	€ 36.935	€ 75.013	€ 66.682
70 - 74	€ 22.166	€ 35.747	€ 33.416	€ 44.241	€ 71.414	€ 68.343	€ 38.524	€ 65.148	€ 61.829
74 +	€ 31.248	€ 18.759	€ 20.011	€ 23.898	€ 43.814	€ 42.397	€ 24.685	€ 41.907	€ 40.643
<b>Totale</b>	<b>€ 240.007</b>	<b>€ 338.849</b>	<b>€ 39.155</b>	<b>€ 36.280</b>	<b>€ 60.671</b>	<b>€ 57.288</b>	<b>€ 25.073</b>	<b>€ 54.496</b>	<b>€ 40.180</b>



## UNO SGUARDO FUORI DAI CONFINI RAPPORTO NUMERO DI AVVOCATI E COMPENSI IN EUROPA

<https://www.money.it/avvocato-quanto-guadagna-Italia-Europa>

PAESE	NUMERO AVVOCATI	COMPENSI MEDI
SPAGNA	253.190 - 5 avvocati ogni 1.000 abitanti-	30.000 EURO ANNUO PER I GIOVANI
ITALIA	246.786 - 4 avvocati ogni 1.000 abitanti	10.000 EURO ANNUO PER I GIOVANI
REGNO UNITO	188.263	50.000 STERLINE, CHE EQUIVALGONO A PIÙ DI 57MILA EURO.
GERMANIA	163.690	50/100.000 EURO ANNUO PER I GIOVANI
FRANCIA	60.223	33.000 EURO ANNUO PER I GIOVANI
USA		92.700 MILA DOLLARI L'ANNO.

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale



## Per chi aumenta e per chi diminuisce il reddito professionale degli avvocati?

Il profilo degli avvocati con fatturato in aumento e di quelli con fatturato in diminuzione conferma la presenza di **spinte divergenti nella professione**.

**REDDITO IN AUMENTO:** Nel primo caso si tratta soprattutto di uomini, residenti nel Nord Est e in comuni di medio-grande dimensione, con meno di 40 anni, con un'anzianità professionale inferiore ai 10 anni, ma soprattutto di avvocati che hanno già raggiunto la soglia di reddito più elevata (oltre i 100mila euro)

**REDDITO IN DIMINUIZIONE:** Nel secondo caso, le caratteristiche prevalenti delineano un profilo che identifica un avvocato donna, residente in piccoli comuni del Mezzogiorno, con un'anzianità professionale di almeno 30 anni, il cui reddito annuo dichiarato non supera i 15mila euro

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale





## VENIAMO AL DUNQUE: Perché le colleghe guadagnano meno? (Rapporto Censis avvocatura 2022)



**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale



**Tab. 50 – Le principali cause che determinano una diversa remunerazione del lavoro delle donne avvocato, distribuzione per genere (val. %)(\*)**

Principali cause	Donna	Uomo	Totale
Impegni famigliari/inconciliabilità tempi vita-lavoro	49,6	66,3	54,2
Purtroppo esistono forme di discriminazione (soprattutto da parte della clientela)	51,0	41,1	48,3
Minor valorizzazione economica del proprio lavoro	50,3	28,7	44,3
Tipologia di materie trattate meno remunerativa	13,2	15,4	13,8
Altro	0,9	1,1	1,0
<i>Di cui: discriminazione sul luogo/ambiente di lavoro</i>	0,5	0,2	0,4

(\*): possibili più risposte

## E LE ALTRE PROFESSIONI ORDINISTICHE? COMMERCIALISTI



Consiglio Nazionale  
dei Dottori Commercialisti  
e degli Esperti Contabili

Fondazione  
Nazionale dei  
Commercialisti

### RAPPORTO 2021

Sull'Albo dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili

AGF

AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale



## TUTTO QUELLO CHE SI TROVA SUL RAPPORTO SULLE DONNE NELLA PROFESSIONE....



### La composizione anagrafica dei commercialisti:

- Nel 2020 le donne raggiungono il 33,3% mentre i giovani (iscritti fino a 40 anni) sono pari al 17,9%.
- La presenza di donne negli Ordini territoriali dei Commercialisti è piuttosto variabile e tende ad essere più elevata negli Ordini del Nord. In particolare, nel Nord-est raggiunge il 36,8% con una punta del 41,5% in Emilia-Romagna.
- Nel Sud la quota di donne scende al 30,2% con il valore più basso in Campania (26,3%). Analogamente, anche per i giovani, nel Nord, si registrano livelli più elevati (20,4%) rispetto al Sud (15,9%).
- Da segnalare come la quota di donne continui ad aumentare di anno in anno (+0,2%), mentre quella dei giovani tende a diminuire progressivamente

AGF  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale





# ADEPP associazione degli Enti previdenziali privati

## FOCUS SULLE DONNE PROFESSIONISTE

L' XI Rapporto AdePP sulla Previdenza Privata ha dedicato diversi passaggi all'analisi di genere nel mondo delle Casse dei Professionisti.

Il primo dato di sicuro impatto riguarda la crescita vertiginosa del numero delle professioniste rispetto alla componente maschile, facendo emergere un processo di "femminilizzazione" non riscontrabili in altri settori. In particolare come si rileva dal grafico seguente le donne sono passate dal 30% degli iscritti ad oltre il 41% degli iscritti in 14 anni: un trend di crescita non riscontrabile nelle altre categorie lavorative dove la componente femminile è rimasta pressoché costante negli anni (lavoratrici dipendenti) ovvero registrando modesti incrementi percentuali (libere professioniste non ordinistiche e altre lavoratrici indipendenti).

Centro studi  
<https://www.adepp.info/wp-content/uploads/2022/03/Focus-centro-studi-Adepp-su-professioniste.pdf>



## GENDER GAP RILEVATO DA ADEPP

E' da notare che la differenza di reddito uomo/donna risulta essere una costante a prescindere dalla regione di riferimento seppure con evidenti differenze da regione a regione, come rilevabile dalla figura che segue

DIFFERENZE DI REDDITO PER REGIONE D'APPARTENENZA. DATI 2020



Servizio | gender pay gap

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale 

## Professioni, in Italia le donne guadagnano il 45% in meno

**Ancora pesante la differenza retributiva nel mondo del lavoro autonomo. La sperequazione di redditi tra Sud e Nord si abbatte sulle professioniste**

di Flavia Landolfi  
24 gennaio 2020

**L'allarme dei dati italiani**  
A mettere in fila i numeri per l'Italia ci hanno pensato Adepp e Confprofessioni all'interno dei rispettivi rapporti annuali che fotografano il mondo delle libere professioni. Qui, in questo universo, il gender pay gap è molto più radicato e diffuso che in altre realtà del mondo del lavoro.

- **Secondo Adepp, il divario retributivo si attesta tra le dipendenti intorno a un 4 per cento, contro il sonoro 45% delle libere professioniste.**
- Un fenomeno con dinamiche subdole che aumenta con il progredire dell'età. E che plasticamente rappresenta il famoso "gradino rotto", quello che le separa dai vertici degli studi e della carriera.
- In cifre, fino ai 30 anni lo scarto retributivo rispetto ai colleghi uomini è di circa 1900 euro annui, tra i 40 e i 50 anni arriva a 17mila euro per arrivare a più di 22mila euro nella fascia di età tra i 50 e i 60 anni.
- Il terreno perduto, insomma, non si recupera più. Differenza nelle differenze, alcune professioni registrano picchi, altre sono più "gender friendly". «Il gap maggiore - spiega il Rapporto di Confprofessioni - lo registrano i notai, i commercialisti e i biologi; tale differenza si riduce se si guarda alle professioni quali gli infermieri, i giornalisti e pubblicisti e gli agrotecnici e i periti agrari».

## Il gender pay gap nelle libere professioni

<https://www.lavorodirittieuropa.it/dottrina/parita-e-non-discriminazione/682-il-gender-pay-gap-nel-lavoro-autonomo-e-nelle-libere-professioni-quali-soluzione>

Secondo recenti studi condotti dall'Associazione degli Enti Previdenziali Privati (d'ora in avanti AdEPP) e da Confprofessioni, è proprio nell'area dell'autonomia e delle libere professioni che il gender pay gap si presenta più radicato e diffuso rispetto a quello della subordinazione. Precisamente, se esso si attesta per le lavoratrici dipendenti intorno al quattro per cento, per le libere professioniste il dato si presenta più che allarmante, aggirandosi intorno al quarantacinque per cento. Un fenomeno che presenta dinamiche assai ambigue e che aumenta con il progredire dell'età anagrafica: fino ai trent'anni il gap retributivo, rispetto ai colleghi maschi, è di circa 1.900 euro annui, tra i quaranta e cinquant'anni di 17 mila euro, tra i cinquanta e i sessanta anni di oltre 22 mila euro. Siamo dunque ben lontani dalla raffigurazione del lavoratore autonomo "(...) appartenente ad un'élite professionale, come tale caratterizzata da una posizione di privilegio già sul piano dell'arricchimento sociale"

**Lavoro Diritti Europa**  
Rivista nuova di Diritto del Lavoro

HOME CHIAMO ▾ DOTTRINA ▾ SENTENZE ▾ RUBRICHE ▾ APPUNTAMENTI ARCHIVIO RIVISTA

SERVIZIO ALLA NEWSLETTER FONTI EUROPEE CODICE ETICO

Il gender pay gap nel lavoro autonomo e nelle libere professioni: quale soluzione?

Di: Anna Tosi Categoria: Parità e non discriminazione Pubblicato: 01

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale 

## Differenze di genere (Censis 2018-2021)



- L'esistenza di gap di genere testimoniato dal fatto che il reddito medio delle professioniste donne è inferiore del 58% rispetto a quello dei colleghi maschi;



**PROVIAMO A CAPIRE  
PERCHE?**

**PROVIAMO A  
COMPRENDERE COSA FARE  
PER SUPERARE IL GAP**



## Noi –ragazze- nei Blog



*E' difficile è dura.*

*Quando sei mamma/avvocato...Ti senti a metà. Vorresti essere completa in tutti e due i ruoli, ma non ce la fai, perché quando hai un atto in scadenza lo devi studiare e scrivere tempo prima perché hai una giornata piena di impegni (presa a scuola attività extrascolastiche) perché quando scioperano gli insegnanti devi portare con te in udienza tuo figlio, con il rischio che il giudice ti riprenda davanti a tutti "avvocato i minori non possono stare in aula"(udienza ppt); perché pur di tener buoni i bimbi li nomini "aiutanti avvocato"; perché quando allatti, corri in tribunale tra una poppata e l'altra.*



## Siamo così ...dolcemente complicate

*Potrei continuare all'infinito.*

*Lo so che qualcuno di voi penserà: la baby sitter?*

*Eh no. Perché così come non posso permettermi un segretario non posso permettermi una baby sitter.*

*Tralascio la cassa avvocati (la mia maternità l'ho usata per pagarmi la cassa dello stesso anno...) e questione i crediti formativi.*

*Infine, in tutto questo, dopo aver fatto sacrifici cliente non paga, allora le mie energie preferisco indirizzarle verso i miei figli.*



**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale



## MA QUALE È IL VERO PUNTO DOLENTE? Perché le donne faticano a parlare di denaro e a farsi pagare?

Scriva l'economista americana  
Linda Babcock:

- «quando si tratta di trattare “per sé” le donne mollano, con perdite cospicue in retribuzione e carriera.
- La priorità è “salvare le relazioni”, che per le donne restano il bene assoluto».



**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale



## Perchè le donne faticano a parlare di denaro e a farsi pagare?

Kay e Shipman <http://www.rivistastudio.com/standard/perche-le-donne-non-fanno-carriera/>

**Le donne dovrebbero imparare ad avere un po' più fiducia di sé.**

**Insomma, va riformata la psiche femminile, non il mercato del lavoro.**

1) le donne sono troppo insicure, **tendono sistematicamente a sottostimare le proprie capacità**, e questo è un male perché l'insicurezza le spinge a non farsi avanti;

2) gli uomini, al contrario, sono sicuri di sé, **tendono sistematicamente a sovrastimare le proprie capacità**, fino al punto di ritenersi qualificati per lavori che in realtà richiederebbero il doppio delle loro competenze.

**Essere sicuri di sé, anche quando questo significa avere un'idea spropositata delle proprie capacità è esattamente ciò che il mercato richiede.**



**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale



## Perchè le donne faticano a parlare di denaro e a farsi pagare?

Secondo dati raccolti dalla Hewlett Packard sul comportamento dei propri dipendenti **le donne, in media, fanno domanda per una posizione soltanto quando possiedono il 100% dei requisiti, gli uomini quando hanno il 50% dei requisiti.**



**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale



## Perché le donne faticano a parlare di denaro e a farsi pagare?

<https://www.bittersweetcomunicazione.it/come-farsi-pagare-dai-clienti/>

Il denaro non è "vile». Siamo stati abituati a pensare che chi pensa al guadagno debba essere per forza una persona meschina e avida. **Ma il denaro non è cattivo.** E' uno strumento, è energia. Come tale, può essere usato bene o male, sprecato o trattenuto.

Nel caso di una situazione professionale, non è che stai rapinando una banca o rubando senza guardare in faccia nessuno.. sono venuti da te, ti hanno chiesto supporto per fare qualcosa che da soli, evidentemente, non possono fare. **Li hai ascoltati**, hai fatto la tua proposta, hanno accettato. Fine della questione, les jeux sont faits. Se poi, alla fine di tutto, non riesci a farti pagare... beh, potrebbero esserci stati alcuni **passaggi comunicativi poco chiari.**

**Quindi, resetta il significato che il denaro ha per te e prova a vederlo sotto una nuova luce: cosa potrebbe rappresentare, in chiave positiva? La libertà, l'autonomia, l'indipendenza? La possibilità di aiutare gli altri? La sicurezza per la tua famiglia?**



**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale



## Rapporto tra donne e denaro una ricerca recentissima

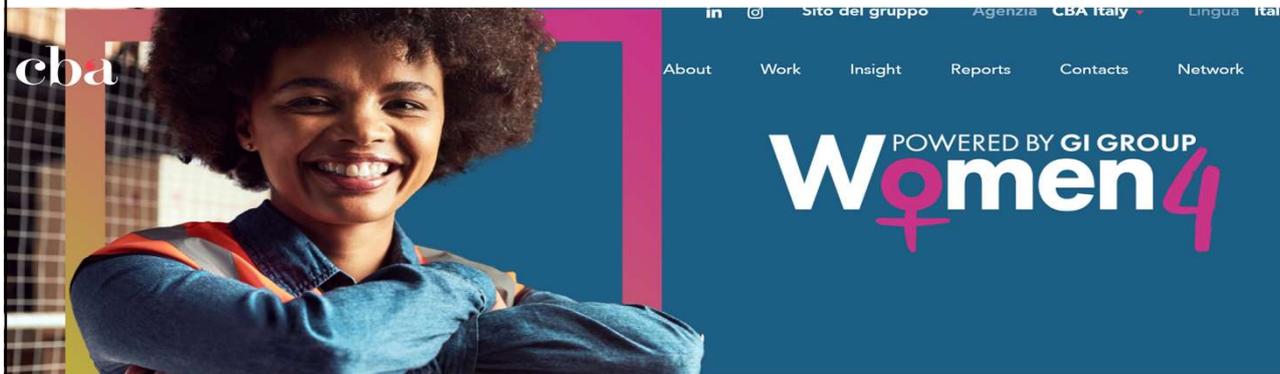
<https://www.economymagazine.it/donne-e-denaro-il-rapporto-e-ancora-controverso/>

Emergono dalla recentissima ricerca dell'università Cattolica con Banca Widiba due stereotipi di genere legati al denaro,

- il primo è che le donne sono motivate a guadagnare principalmente per realizzare un progetto di vita familiare e relazionale, mentre i soldi non sono importanti per realizzare e valorizzare la propria identità;
- il secondo è che queste credenze stereotipiche risultano essere associate a una peggiore performance delle donne nei confronti del denaro.
- Riassumendo: **meno soldi e gestiti peggio.**



E ALLORA COLLEGHE?  
DOBBIAMO DARE PIU VALORE A CIO CHE SIAMO E  
FACCIAMO!!!



WOMEN4, DARE VALORE AL LAVORO  
DELLE DONNE



COSA CI SERVE PER AFFRONTARE I GAP, LA CRISI REDITUALE E CULTURALE E  
PER IMPARARE A «DARE VALORE» AL NOSTRO AGIRE PROFESSIONALE?

CHE COSA E' IL MARKETING

“Processo sociale attraverso il quale gli individui e i gruppi  
ottengono ciò di cui hanno bisogno attraverso la creazione,  
l’offerta e lo scambio di prodotti e di servizi **di valore**”

Philip Kotler



## CONSEGUENZA: cosa è il marketing per gli avvocati?

“Il complesso di tecniche intese a porre i servizi legali a disposizione del consumatore/cliente/assistito in un dato mercato nel tempo, luogo e modo piu adatto”

(Nel rispetto del codice deontologico!)



**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale



## COSA NON È IL MARKETING



Marketing **NON E'** pubblicità

Marketing **NON E'** propaganda

Marketing **NON E'** accaparramento di clientela

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale



**COSA NON È IL MARKETING: la pubblicità**

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

**QUESTO NON È MARKETING...ED E' OLTRE CHE VIETATO  
SAREBBE SOPRATTUTTO CONTROPRODUCENTE**

**DA FACCHINI  
SEPARAZIONI SE  
VUOI PORTARGLI  
VIA PURE I  
PANTALONI**

**UNA OFFERTA  
ECCEZIONALE  
DA FACCHINI  
SEPARAZIONE +  
DIVORZIO  
A UN PREZZO  
SPECIALE**

**SEPARATI DALLA  
FACCHINI CHE  
TUTELA  
VERAMENTE I  
TUOI BAMBINI**

**COSA NON È IL MARKETING**

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

## IL MARKETING E' CREARE «Valore» MA COSA È IL VALORE PER GLI AVVOCATI??

E' l'elemento  
distintivo ovvero ciò  
che ci/vi **differenzia**  
da tutti gli altri  
avvocati



**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale



## AVVOCATI E CLIENTE : CHE COSA E' IL VALORE?

Cosa è il valore dal punto di vista del cliente?

**E' la percezione che il cliente ha del vantaggio di un prodotto -o nel nostro caso di un servizio- se lo compara con le possibili alternative.**

**In sostanza il valore si ha se e quando il cliente sente di aver ottenuto dei vantaggi rispetto a quanto pagato.**

Questi vantaggi possono essere:

- La qualità del prodotto -o nel nostro caso del servizio-
- Il successo derivante dall'utilizzo del prodotto o del servizio (quindi risoluzione del problema giuridico che ci è stato posto)
- Punti di differenziazione (cioè come ciascuno di noi ha gestito il problema diversamente e meglio dei colleghi)
- Accesso rapido a una soluzione (la disponibilità del legale a rispondere tempestivamente al bisogno dell'assistito).



**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale



**Individuare il nostro valore**

AGF  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

Desideri/bisogni dei clienti

Punti di valore dei competitor

I vostri punti di valore

Punti differenti

Vantaggio competitivo E VALORE

**Il valore è quello che sapete fare meglio!!**  
**(PIU EFFICACEMENTE, PIU RAPIDAMENTE, CON MIGLIORE RISULTATO PER IL VOSTRO CLIENTE, CON MIGLIOR RAPPORTO COSTI BENEFICI ETC)**

AGF  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

**DIFFERENZIAMENTO IL PRIMO ELEMENTO DEL «VALORE»**

**The Specialist VS The Generalist**

**PRIMO RAPPORTO CENSIS SULL'AVVOCATURA 2015**  
**Come sono i servizi offerti dagli avvocati italiani?**

11%

89,9%

## Primo Rapporto Censis sull'avvocatura 2015

### Lo studio offre servizi professionali dedicati a segmenti di mercato specifico?

	Nord	Centro	Sud e Isole	Totale
Sì	12,0	12,1	9,3	11,1
<b>No</b>	<b>88,0</b>	<b>87,9</b>	<b>90,7</b>	<b>88,9</b>

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale



## A cosa serve la specializzazione in chiave marketing?



**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale



CORRIERE DELLA SERA LUNEDÌ 15.02.2021

**Imprese & Professioni** 29

TRA REGOLE E MERCATI L'Economia

# LA SPECIALIZZAZIONE? SARÀ IL NOSTRO (NUOVO) MESTIERE

È scontro aperto tra gli Ordini territoriali e le associazioni degli avvocati specializzati. Il tema del dibattito (a colpi di carta bollata) rimane sempre lo stesso: il nuovo regolamento che approva e formalizza il titolo di avvocato specialista.

Un regolamento che era stato varato già cinque anni fa è bloccato dai ricorsi degli Ordini territoriali. Ci è voluto un lustro per la correzione e già si annunciano nuovi ricorsi al Tar da parte degli stessi grandi Ordini territoriali, a cominciare da Roma, i quali avevano già impegnato con successo la prima versione dell'elenco dei settori di specializzazione. «Questa volta appare ancora maggiormente evidente che la contrarietà riguarda il principio stesso delle specializzazioni, più che le carenze di un regolamento che la stessa legge professionale prevede possa essere sempre modificato», afferma Aldo Bottini, presidente degli Avvocati giuristi italiani (Agj), l'Associazione fondata nel 2002, è favorevole alle specializzazioni.

le il timore degli Ordini di essere esclusi da questa evoluzione. Timore infondato e da superare.

**Le categorie**

Eppure in molti ne sono convinti: la specializzazione è futuro della professione di avvocato. Il nuovo regolamento

**È scontro tra gli avvocati sul regolamento che prevede la nascita di figure professionali dedicate a un particolare settore**

di Isidoro Trovato e Carlotta Clerici

**Agj**  
Aldo Bottini, presidente degli Avvocati giuristi italiani (Agj), l'Associazione fondata nel 2002, è favorevole alle specializzazioni.

to (se passerà) prevede 13 settori di specializzazione, tre dei quali divisi in numerosi indirizzi: 11 per il diritto civile (dal diritto commerciale al societario), 7 per il diritto penale e 8 per il diritto amministrativo. Per ciascun avvocato, ammesse due specializzazioni al massimo. «Nonostante l'iter faticoso», osserva Bottini, il riconoscimento trasparente della specializzazione era ineludibile. E difatti, il nuovo regolamento inciderà molto sul futuro dell'avvocatura. Il tema è la sempre maggiore complessità della normativa di settore: ormai nessuno è in grado di padroneggiare tutte le materie». Ma la domanda più immediata è: le specializzazioni rappresentano un vantaggio per l'utenza? «Non bisogna dimenticare», prosegue Bottini, «l'esigenza della clientela di conoscere le specializzazioni di un professionista per poter scegliere al meglio. Come

con i medici: nessuno che ha un problema cardiaco andrebbe a farsi operare da un ortopedico».

**I giovani e il futuro**

E poi, c'è l'esigenza, sentita soprattutto dagli avvocati più giovani, «di far conoscere e poter pubblicizzare la propria specializzazione con il "bollino" delle istituzioni forensi. La specializzazione non aiuta solo i grandi studi, ma soprattutto i singoli avvocati ad offrire il proprio patrimonio personale di cultura e know-how. Lo specializzato, ha maggiori possibilità di sopravvivere di fronte ai mutamenti del mercato legale». Lo scenario è in continua evoluzione ma secondo Bottini le specializzazioni più rilevanti saranno il diritto del lavoro, il diritto tributario e quello amministrativo: «L'avvocato», conclude il presidente Agj, «deve capire che bisogna concentrarsi sulla parte più alta e sofisticata della professione. È assai probabile che la parte più ripetitiva e banale, in futuro, verrà svolta dalle macchine o da forniture di servizi legali alternativi e a basso costo».

**Su Corriere.it**  
Il sito de L'Economia del Corriere della Sera si è arricchito di una nuova sezione dedicata a professionisti, lavoratori autonomi e partite Iva. Le manovre previdenziali, le misure straordinarie messe in atto per l'emergenza sanitaria legata al Covid-19 tutte le informazioni su [www.corriere.it/economia/professionisti](http://www.corriere.it/economia/professionisti)

Eppure in molti ne sono convinti: la specializzazione è futuro della professione di avvocato. Il nuovo regolamento

E poi, c'è l'esigenza, sentita soprattutto dagli avvocati più giovani, «di far conoscere e poter pubblicizzare la propria specializzazione con il "bollino" delle istituzioni forensi. La specializzazione non aiuta solo i grandi studi, ma soprattutto i singoli avvocati ad of-

dimenticare – prosegue Bottini – l'esigenza della clientela di conoscere le specializzazioni di un professionista per poter scegliere al meglio. Come

E poi, c'è l'esigenza, sentita soprattutto dagli avvocati più giovani, «di far conoscere e poter pubblicizzare la propria specializzazione con il "bollino" delle istituzioni forensi. La specializzazione non aiuta solo i grandi studi, ma soprattutto i singoli avvocati ad of-

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

## Lo Studio Legale nel futuro post Covid-19

<https://www.cocuzzaeassociati.it/covid-19-legal-kit/lo-studio-legale-nel-futuro-post-covid-19>

Avv. Alessandro Barzaghi 23 Aprile 2020 <https://www.cocuzzaeassociati.it/cov> <https://www.cocuzzaeassociati.it/covid-19-legal-kit/lo-studio-legale-nel-futuro-post-cov>



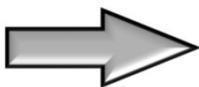
### Valore aggiunto

*Sempre di più i clienti cercheranno di distillare il vero valore aggiunto che i propri consulenti saranno in grado di offrir loro.*

**Ciò significa che gli incarichi riguardanti attività ripetitive o standardizzate passeranno in secondo piano, venendo percepiti come commodities (DATI CIOE' PER SCONTATI E QUINDI SENZA NESSUN «VALORE».**

**Le specializzazioni, di converso, continueranno ad essere ricercate e valorizzate.**

*Gli studi in grado di fornire assistenza ad ampio spettro mantenendo al contempo aree di specializzazione ben definite avranno vita più facile rispetto a studi generalisti.*



## COSA VUOLE IL MERCATO OGGI

Mario Alberto Catarozzo

<http://www.diritto24.ilsole24ore.com/art/avvocatoAffari/professioneLegale/2016-10-27/legali-diventeranno-come-medici-vediamo-124107.php>



***Il mercato legale si avvia a diventare come il mercato dei medici.***

*Questo sembra il destino dei legali, se consideriamo il trend in atto.*

*Nel mercato dei medici esiste da tempo una netta distinzione tra i medici generici (c.d. "medici di famiglia") e i medici specialisti.*

*Imprenditori e manager non mi chiedono più "conosci un avvocato...", ma la richiesta è sempre "conosci un avvocato giuslavorista, lato azienda e non lato lavoratore...".*

*Le richieste sono mirate, precise, al microscopio. Ci manca solo che mi indichino la fascia di età e le caratteristiche fisiognomiche e il quadro sarebbe completo: un vero e proprio identikit del legale ricercato!»*

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale



## Come funziona il mercato della domanda di servizi legali?

**1)** il cliente oggi comodamente seduto in poltrona interroga Google attraverso ogni tipo di specifica richiesta, per ottenere risultati mirati e non più generici;

**2)** C'è una forte competizione all'interno della categoria, con conseguente ampia scelta da parte della clientela che si orienta verso le figure più vicine alle proprie esigenze e si accontenta meno del generalista;



**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale



## COSA VUOLE IL MERCATO

### LE RAGIONI DEL CAMBIAMENTO

**3) necessità dei professionisti di differenziarsi l'un l'altro, che porta a doversi "specializzare" per competere;**

**4) complessità della normativa e suo continuo aggiornamento, che impedisce spesso di poter presiedere adeguatamente molti settori nello stesso momento, con conseguente scelta di quale portare avanti come propria specializzazione e core business.**



**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

**Specializzazione/  
materia prevalente ...  
è un problema di  
Focus.**

**Si può conquistare  
una sola posizione  
nella testa dei clienti.**

**Una sola.**



**Alessandro Greco**   
Brain Cancer Survivor | Husband &  
Father | N° 2 Brand Positioning Expert  
in Italy | Marketing & Growth | Senior  
Copywriter | Lecturer | TEDxSpeaker  
[Visualizza il profilo  
completo](#)



**Lo specialista vince sempre  
sul generalista**

- Chi ha fame e non vuole uscire di casa, apre Justeat o similari.
- Chi ha bisogno di un passaggio apre Uber.
- Chi ha un problema specifico, sceglie la soluzione specifica.

***Se ti poni come "faccio tutto io",  
vieni visto esattamente come il  
tizio del furgone in foto.***

***Simpatico, strappi una risata, ma  
se per puro caso ti chiama  
qualcuno, lo fa solo perché vuole  
spendere il meno possibile.***

***E tu sei perfetto.***

***Perché fai tutto, quindi non  
sai fare nulla.***

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale



## Un esempio di super specializzazione

### Loffreda lascia Gianni & Origoni e fonda il suo studio

– 3 settimane ago

– Share on Twitter

– Share on Facebook

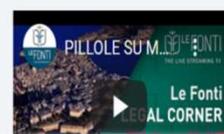
– Share on LinkedIn

– Share via Email

Dopo oltre 20 anni di associazione con studi legali leader nella consulenza d'affari, il 1 gennaio 2021 Giuseppe Loffreda esce da Gianni & Origoni per fondare il proprio studio legale.

Legal 4Transport sarà specializzato in diritto della navigazione e dei trasporti, nelle sue 4 modalità: maritime, aviation, 2 overland. Opererà nelle aree dei servizi e delle infrastrutture dei trasporti, in modo istituzionale e digitalizzato, attivando un networking tra professionisti specializzati nella medesima area del diritto.

LE FONTI LEGAL TV



AGF  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale



## Un piccolo momento promozionale

- Family Lawyers International Network è una rete internazionale di avvocati italiani e di tutti i paesi europei ed anche extra UE. FLIN nasce anche sull'onda della globalizzazione e della facilità di mobilità.
- Oggi sono in continuo aumento le famiglie costituite da persone di diverse nazionalità, o anche di persone di una stessa nazionalità che per motivi di lavoro, studio o affettivi, risiedono in un paese diverso.
- In tali contesti le soluzioni giuridiche alle problematiche e alle crisi nelle relazioni familiari si complicano per l'esistenza di legislazioni nazionali diverse e in questo quadro FLIN si propone, grazie alla collaborazione integrata di avvocati di diversi paesi esperti in diritto di famiglia, di ricercare la migliore soluzione giuridica.
- FLIN si occupa esclusivamente della gestione di separazioni (per i paesi come l'Italia dove è previsto questo istituto) divorzi, cessazione di convivenze, responsabilità genitoriale e successioni tra cittadini di diverse cittadinanze o tra cittadini che vivono in paesi diversi da quelli della loro cittadinanza.
- **In sostanza FLIN si propone di essere un "Hub" che consente di fornire, informazioni, pareri, consulenza ed assistenza legale in tutto il mondo, per le questioni di diritto di famiglia e successioni con aspetti internazionali in tutti i paesi del mondo individuando, in ogni paese coinvolto, referenti legali di alto livello**



FAMILY LAWYERS  
INTERNATIONAL NETWORK

AGF  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale



## Tra le ragioni della specializzazione LE PUNTUALI AFFERMAZIONI DEL CONSIGLIO DI STATO



**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale



## SPECIALIZZAZIONI E MERCATO

(Parere Consiglio di Stato 5 12 2019 (affare n. 0042/2019))

**«Necessità di colmare il gap tra offerta e domanda»** è considerata dal Consiglio Stato **«una delle principali ragioni della regolamentazione della specializzazione»**

QUINDI ANALISI DI MERCATO  
FOCUS GROUP CON  
STAKEHOLDERS



**«I risultati principali chiariscono l'esistenza di un disallineamento tra offerta e domanda dei servizi legali, indicando la stretta correlazione tra**

- specializzazione della professione,
- qualità dell'offerta dei servizi
- e potenziale riduzione dei tempi del contenzioso

**quale necessaria risposta regolatoria a tale disallineamento».**

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale



## SPECIALIZZAZIONI E MERCATO

(Parere Consiglio di Stato 5 12 2019 (affare n. 0042/2019))

«La relazione AIR sottolinea come **la riduzione dei costi di ricerca del miglior sistema di competenza debba costituire uno degli elementi principali della ratio dell'intervento regolatorio.**



Essa individua tra gli effetti positivi di lungo periodo **l'incidenza della specializzazione sulla tempestività, leggibilità e rispondenza dell'offerta alle necessità ed ai bisogni di cittadini ed imprese relativi ai servizi legali.....** anche in relazione alla dimensione delle imprese, **ravvisandosi un deficit particolarmente significativo per le PMI, le cui risorse per l'accesso a competenze specializzate sono limitate».**

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale



## SPECIALIZZAZIONI E MERCATO

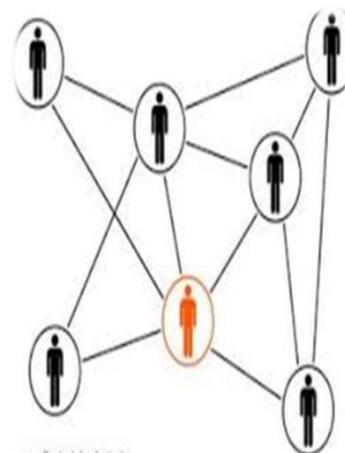
(Parere Consiglio di Stato 05 12 2019 (affare n. 0042/2019))  
**NECESSITA' DI INNOVARE I MODELLI ORGANIZZATIVI**

G2  
G3

«Si sottolinea in particolare, la correlazione tra **specializzazione ed integrazione delle competenze**, al fine di evitare che un eccesso di specializzazione si traduca in un **aumento dei costi di coordinamento tra competenze, addossati in ultima analisi sul cliente.**

### MODELLI ORGANIZZATIVI

**In tale prospettiva non sfugge il nesso tra specializzazione e modelli organizzativi dell'offerta di servizi legali con particolare attenzione alla differenza tra grandi e piccoli centri urbani e le zone rurali.»**



www.florindabarbuta.it

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale



## Diapositiva 58

---

- G2** IL CONTRATTO DI RETE E' UNA GRANBDE RISORSA PER NOI  
Giulia; 16/10/2022
- G3** Giulia; 16/10/2022

**SPECIALIZZAZIONI E MERCATO**  
(Parere Consiglio di Stato 5 12 2019 (affare n. 0042/2019))

**IN CONCLUSIONE ED IN CHIAVE MARKETING**

La specializzazione: «*si giustifica, dunque, in ragione di un evidente fallimento del mercato dei servizi legali dove l'asimmetria informativa tra professionisti e clienti si traduce spesso in fenomeni di selezione avversa.*

La specializzazione **ed un'adeguata organizzazione del coordinamento tra le diverse specializzazioni tra studi legali** dovrebbe contribuire ad aumentare la qualità dell'offerta, riducendo gli effetti negativi dell'asimmetria informativa **anche attraverso l'uso di tecnologie dirette alla semplificazione.**

*E' necessario evitare che la specializzazione della professione si traduca in una barriera cognitiva per coloro che dispongono di minori risorse e competenze. L'intervento regolamentare in oggetto dovrebbe avere ad oggetto il perseguimento di tali obiettivi»*

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale



## La specializzazione vista dagli esperti di marketing

PROMOZIONE  
AVVOCATO

BLOG

RISORSE GRATUITE ▾

CHI SIAMO

FORMAZIONE ▾

RECENSIONI

PARLANO DI NOI

La maggior parte degli avvocati in Italia fa lead generation in maniera totalmente sbagliata.

1. Innanzitutto parte da un errore di fondo ovvero quello di non scegliere un proprio posizionamento e quindi fare l'**Avvocato GENERALISTA**.
2. Facendo poi marketing, attira **clienti di qualsiasi tipo** (chi vuole divorziare, chi deve fare recupero crediti, chi deve ottenere la cittadinanza italiana ecc).
3. Offre una **consulenza gratuita** in cui propone il suo "back end" e la risposta che ottiene dal cliente è "ok, ti faccio sapere" oppure "ok ma voglio lo sconto".

Il risultato è che prenderai un lavoro che probabilmente sarebbe stato meglio evitare di prendere perché ti farà perdere un sacco di tempo senza nemmeno generarti un

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale



## La specializzazione vista dagli esperti di marketing

PROMOZIONE  
AVVOCATO

BLOG   RISORSE GRATUITE ▾   CHI SIAMO   FORMAZIONE ▾   RECENSIONI   PARLANO DI NOI

1. **Posizionarti.** Essere un Avvocato esperto in un determinato settore, scegliere una tua nicchia e focalizzarti esclusivamente su quella! A tal proposito ti consiglio la lettura dell'articolo [Avvocato Specialista](#).
2. **Fare Marketing Focalizzato**, ovvero un Marketing dedicato esclusivamente al tuo target. Il tuo marketing quindi genererà contatti di estrema qualità, che si rivolgono a te proprio perché esperto nel tuo specifico settore.
3. A questi contatti devi proporre prima un **Front End a pagamento (consulenza/check up)** e in seguito una % di essi anche il tuo Back End.

Oltre quindi a vendere di più, lavorerai meglio perché questi clienti non sono "clienti a caso" che ti hanno trovato sul web, ma sono clienti che hanno scelto di rivolgersi a te proprio perché ti riconoscono come l'esperto del tuo specifico settore, e quindi il migliore che può aiutarli.

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale



## SPECIALIZZAZIONE E/O MATERIA PREVALENTE?

- A PARTE IL TEMA DELLA FREQUENZA DELLA SCUOLA DI FORMAZIONE SPECIALISTICA
- A PARTE I TITOLI DA ESIBIRE PER LA SPECIALIZZAZIONE PER COMPROVATA ESPERIENZA
- LA SOSTANZA E' L'INFORMAZIONE AL PUBBLICO
- *I Consigli dell'ordine formano e aggiornano, a norma dell'articolo 15, comma 1, lett. c) della legge 31 dicembre 2012, n. 247, gli elenchi degli avvocati specialisti sulla base dei settori di specializzazione di cui all'articolo 3 e li rendono accessibili al pubblico anche tramite consultazione telematica.*
- **I CLIENTI CI TROVANO QUINDI SUL SITO DELL'ORDINE POTENDO DISCERNERE A MONTE CHE TIPO DI AVVOCATO E' LORO UTILE**

- LA MATERIA/LE MATERIE PREVALENTI SONO AUTODICHIARATE
- QUI LA SELEZIONE LA FA IL «MERCATO»
- IL NOSTRO POTENZIALE CLIENTE ANDRA A VEDERE COSA DICIAMO SUL NOSTRO SITO E SUI SOCIAL A PROPOSITO DELLA MATERIA DI CUI CI SPACCIAMO «ESPERTI»
- VERIFICHERA SE ABBIAMO SCRITTO LIBRI O ARTICOLI SULLA MATERIA
- SE SIAMO MAI STATI INTERVISTATI QUALI ESPERTI....
- **...E NON CREDIATE CHE IL CLIENTE SI FACCIA TURLUPINARE FACILMENTE ..**

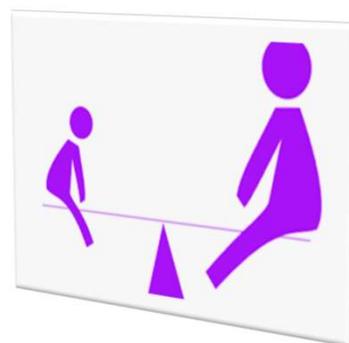
**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale



## SE NELL'IMMEDIATO OPTIAMO PER LA MATERIA PREVALENTE PER COLMARE L'ASIMMETRIA INFORMATIVA

**CODICE DEONTOLOGICO ART . 17 – Informazione sull'esercizio dell'attività professionale**

1. È consentita all'avvocato, a tutela dell'affidamento della collettività, **l'informazione sulla propria attività professionale**, sull'organizzazione e struttura dello studio, sulle eventuali specializzazioni e titoli scientifici e professionali posseduti.
2. Le informazioni diffuse pubblicamente con qualunque mezzo, anche informatico, debbono essere **trasparenti, veritiere, corrette, non equivocate, non ingannevoli, non denigratorie o suggestive e non comparative.**
3. In ogni caso le informazioni offerte devono fare riferimento alla natura e ai limiti dell'obbligazione professionale



**AGE**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale



### PERO' ATTENTI!

**CNF Vietato ingenerare confusione (anche involontariamente) tra le "materie di attività prevalente" e le "specializzazioni professionali" 2019**



- ❑ **L'avvocato può indicare i settori di esercizio dell'attività professionale e, nell'ambito di questi, eventuali materie di attività prevalente,**
- ❑ **ma l'affermazione di una propria "specializzazione" presuppone l'ottenimento del relativo diploma conseguito presso un istituto universitario.**

Allo stato, tuttavia, in assenza del Regolamento, l'avvocato non può qualificarsi come "specializzato" in un determinato settore del diritto e/o materia, **potendo dare esclusivamente informazioni sulle "materie prevalenti", trattate e curate in via preferenziale**, a pena di illecito disciplinare non scriminato dalla pretesa buona fede nell'uso asseritamente atecnico della qualifica specialistica in realtà non posseduta.

*(Nel caso di specie, in una pagina del proprio sito web, il professionista si definiva "specializzato in diritto matrimoniale e familiare nonché in diritto successorio ed infortunistica in genere").*

**AGE**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale



## Indicazione della materia prevalente Ecco alcuni esempi torinesi:

**AVVOCATO GIULIA FACCHINI**  
Studio Legale  
Diritto della persona, della famiglia e del minori - Successioni e Trusts in materia di famiglia

D

**STUDIO LEGALE DIONISIO**  
Fondatore Avv. Antonio Dionisio  
ASSOCIAZIONE PROFESSIONALE-DIRITTO DI FAMIGLIA E MINORILE  
PATROCINANTE IN CASSAZIONE

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale



## COME IMPATTA LA SPECIALIZZAZIONE (E NEL FRATTEMPO DELLA COMUNICAZIONE SULLE MATERIE PREVALENTI TRATTATE) SULLA DINAMICA DEI PREZZI DEI SERVIZI LEGALI?



**OCEANO ROSSO E OCEANO BLU**

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale



## Come appare ai nostri potenziali clienti oggi il mercato dei servizi legali?

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale



**Affollato**

**Indifferenziato**

**Competitivo**



## Ci sono però due tipi di mercato in cui operare

**Un mercato competitivo e pieno di problemi...**



**... Oceano rosso...**

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale



## La visione del cliente: gli avvocati competono in un oceano rosso



- Indifferenziato
- Dove non si apprezza il «valore»
- Competitivo
- e a volte anche sleale

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale



## Un mercato competitivo, ma con meno problemi, più redditizio e meno concorrenziale



**... Oceano blu**

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale



**La specializzazione -e nell'immediato la comunicazione delle materie prevalenti-  
ci posso portare a lavorare nell'OCEANO BLU**




- ✓ Dove è riconosciuto e ricercato il «Valore»
- ✓ Dove non si deve competere sul prezzo ma sulla qualità

**LA CHIAVE?**



**DIFFERENZIAMENTO  
(IL FAMOSO VALORE)**





# VS

### Red Ocean

- Rappresenta i **mercati così come sono oggi**
- I **confini** del mercato sono **definiti** e accettati dai competitor
- Le **regole** del mercato sono **codificate** e riconosciute
- La **competizione** è **intensa** per "rubare" quote di mercato ai concorrenti

### Blue Ocean

- Rappresenta i **mercati non ancora scoperti**, dove non esistono competitor
- La **domanda** viene **creata** e non si combatte per «rubare» quote di mercato
- C'è molto spazio per **crescere rapidamente** realizzando profitti






## FACCIAMO DEGLI ESEMPI

- Quanti colleghi nel Vostro Foro si occupano di Recovery plan facendo consulenza alle aziende su nuove opportunità?
- Quanti si sono occupati di 110%?
- Quanti si occupano di diritto di internet?
- Quanti si occupano di diritto di famiglia transnazionale?
- Quanti sanno fare i ricorsi alla Corte Europea dei Diritti dell'Uomo?
- Quanti sanno fare i ricorsi diretti in Corte di giustizia dell'Unione europea?
- .....
- .....
- .....



## UN ESEMPIO –IRRIVERENTE?– PER CAPIRCI MEGLIO

- Di massa
- Indifferenziato
- Senza valore aggiunto



- Di nicchia
- Differenziati
- Con valore aggiunto



**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale



## FRASI DA SCOLPIRSI BENE IN MENTE .....

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale



### • “Alla fine, o sei differente ... o sei economico”

- **Guy Kawasaki** (Kawasaki era uno dei dipendenti dell'[Apple Computer](#) responsabili del marketing del computer [Macintosh](#) nel 1984. Ha coniato il concetto di evangelista nel mondo dell'elettronica di consumo. È stato uno dei pochi ad avere il titolo di [Apple Fellow](#), creato dalla stessa Apple per premiare i suoi migliori dipendenti.



### • “If you try to be something for everyone, you usually end up being Nothing to anybody”

- **Jack Trout** – *Al Ries* (Se cerchi di essere “qualcosa” per tutti di solito finisci per essere niente) Trout era un dirigente pubblicitario americano e proprietario di Trout & Partners, una società di consulenza. È stato uno dei fondatori e pionieri della teoria del posizionamento e anche della teoria della guerra di marketing.

**Jack Trout**



## L'AVVOCATO VERSO LA DIFFERENZIAMENTO

DEVE PRIMA DI TUTTO COMPRENDERE COSA VUOLE IL POTENZIALE CLIENTE E SMETTERE DI PENSARE CON I PROPRI OCCHIALI E VEDERE LE COSE DAL PUNTO DI VISTA DEL CLIENTE



**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale



## PASSARE ALL'AZIONE!!

PROVIAMO A VEDERE DUE STRATEGIE DI DIFFERENZIAMENTO E COMUNICAZIONE DEL SELF BRANDING



**Avv. IPPOLITO AZZECCAGARBUGLI**

- Studio proprio
- Diritto civile (societario, immobiliare, ecc)

Il suo obiettivo:

**Migliorare la redditività**

Vi presento.....



**Avv. MARIAROSA CHIMELOHAFATTOFARE**

- Studio associato/condiviso
- Diritto civile

Il suo obiettivo:

**Avere più clienti**

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale



Analisi interna (la sincerità è d'obbligo)

Chi sono?

Come sono percepito?

Per cosa sono conosciuto?

In cosa sono più bravo?

Quale è la capacità mia e della mia struttura (se ho una struttura)

Quali fattori influiscono sulla mia attività (famiglia, tempo...)

↓

Hanno capito

- I loro punti forti
- Le loro debolezze

Ma anche

- I punti che devono potenziare
- Quello che devono difendere
- Quello che devono migliorare





## Entrambi hanno compreso che la chiave è la differenziazione



**Il suo valore è**

Esperienza e quindi capacità di comprendere

- rapidamente il problema dei clienti
- Avere già scelto un settore di prevalente attività
- Avere uno studio strutturato con orari "fissi"




**Il suo valore è**

- Grinta gioventù
- Possibilità -dati i modesti costi fissi- di giocare sul prezzo
- Massima disponibilità oraria e facile accessibilità



**PASSARE ALL'AZIONE**

### Fare una scelta strategica



➔ Differenziarmi per professionalità specifica (materia prevalente/ specializzazione)



➔ Differenziarmi per efficienza, prezzo e duttilità!

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale



**PASSARE ALL'AZIONE**

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale



### Decidono quale sarà il loro posizionamento in base alle aree del diritto sulla base delle quali vogliono essere riconosciuti

**OVVERO: COME DEVONO ESSERE PERCEPITI**



➔ **POSIZIONAMENTO:** Middle/Top Expertise Alta qualità



➔ **POSIZIONAMENTO:** Accessibilità Efficienza Qualità al giusto prezzo

**PASSARE ALL'AZIONE**




**E di conseguenza, il loro posizionamento:**




**Essere avvocato "DOC" –Oceano Blu-**

- Il suo valore: la **"specializzazione"/materia prevalente**
- La sua arma: la **reputazione**
- Criterio di scelta dal cliente: **specializzazion/materia prevalente + reputazione + qualità**

**Essere avvocato di servizi giuridici "Commodity" –Oceno ROSSO-** (servizi di basso valore aggiunto, dove la redditività viene data per la quantità di questioni simili)

- Il suo valore: **capacità di produzione e costi contenuti**
- La sua arma: il **prezzo e qualità standard**
- Criterio di scelta del cliente: **prezzo**

**PASSARE ALL'AZIONE**




**Entrambi dovranno avere un sito web**

- **Per essere visibili**
- **Per affacciarsi sul mercato**
- **Per comunicare chi sono e cosa fanno**
- **Per essere contattabili**
- **Per generare un'immagine**
- **Per ottenere contatti**
- **Per avere notorietà**





## PASSARE ALL'AZIONE DECIDENDO GLI STUMENTI PIU IDONEI

### Online – Content

#### MarketingPASSARE

- Blog proprio
- Partecipare a blog di terzi
- Aprire account Facebook / Twitter
- Newsletter
- Webinars
- Documenti scaricabili
- Email marketing
- Networking
  - LinkedIn
  - Partecipare a forum online

### Offline

- Rapporti con la stampa
- Partecipare come relatori a convegni
- Partecipare ad associazioni di categoria
- Organizzare evento
- Includersi in rankings o directory
- Fare networking
- Fare attività di docenza

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale



## Ma fondamentalemente la loro arma sarà

### il content marketing

- ❑ «**Content marketing** è un approccio di [marketing strategico](#) che si basa sulla creazione e distribuzione di contenuti di valore, al fine di attirare un pubblico di riferimento sul proprio [sito web](#) o [social network](#), creare una relazione e, infine, aumentare le vendite.
- ❑ Secondo Joe Pulizzi, Fondatore del Content Marketing Institute, per *contenuto* si intende qualsiasi tipo di **informazione** in grado di educare, coinvolgere o divertire.
- ❑ Un contenuto ha prima di tutto un **obiettivo** ben preciso. Le informazioni, idee e messaggi che si vogliono trasmettere possono essere tradotti in **forma testuale, visuale o audio**.
- ❑ Il formato di un contenuto, quindi, può essere di diverso tipo: testo ([blogpost](#), [eBook](#), [email](#), whitepaper), immagine ([fotografie](#), infografiche), audio ([podcast](#)), [video](#) e così via.



**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale



Avv. Ippolito Azzecagarbugli

**CREA LA SUA IDENTITA' GRAFICA**

- Trasmette serietà ed affidabilità
- Trasmette capacità ed organizzazione



- Lo utilizza nei biglietti da visita
- Nella cancelleria
- Nel sito
- Come firma nelle email

PS: Ci sono dei siti internet grazie ai quali puoi fare da te e gratis



**Differenziazione  
per non essere percepito come uno in più**



es.

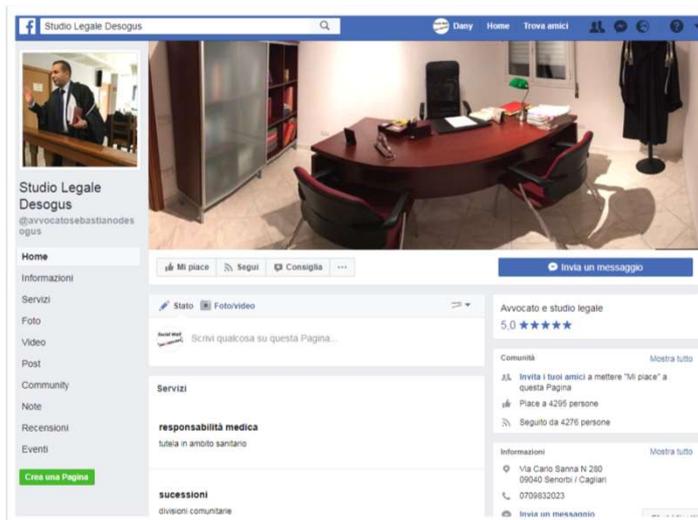
~~mario.rossi@gmail.com~~

mario@rossiavvocati locazioni.com



## APRIRÀ UNA PAGINA FACEBOOK DELLO STUDIO

Avv. Ippolito Azzecagarbugli



**AGF**  
**AVVOCATO GIULIA FACCHINI**  
 Studio Legale



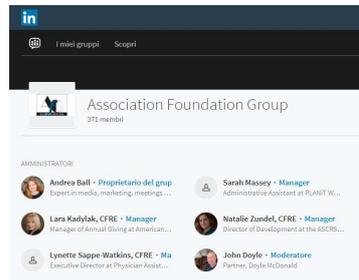
Avv. Ippolito Azzecagarbugli

## FARÀ NETWORKING

Aprirà un suo profilo LinkedIn



Parteciperà ai gruppi di discussione



**AGF**  
**AVVOCATO GIULIA FACCHINI**  
 Studio Legale



Avv. Ippolito Azzecagarbugli

AGF AVVOCATO GIULIA FACCHINI Studio Legale



### SCRIVERÀ ARTICOLI E LI PUBBLICHERÀ



Avv. Ippolito Azzecagarbugli

AGF AVVOCATO GIULIA FACCHINI Studio Legale



### COLTIVERA' I RAPPORTI CON I GIORNALISTI



Avv. Ippolito Azzecagarbugli

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

**SCRIVERÀ POST E LI  
PUBBLICHERA NEI  
FORUM DEL SETTORE  
AL QUALE VUOLE  
DARE SERVIZIO**

Un post di **Monlex Abogados**, en Hoteles y alojamientos  
11 de Septiembre del 2017

El juzgado de instrucción de Palma de Mallorca, que se declaró competente para tramitar la denuncia interpuesta por el grupo hotelero MAC HOTELS, a través de la letrada [Carolina Ruiz](#), miembro del despacho de abogados MONLEX HISPAJURIS, ya ha autorizado los primeros registros y detenciones en varias poblaciones de Palma, como Sant Agustí, Club náutico Calanova Puerto Portals y Bendinat.

Ha sido el EDOA (Equipo contra la Delincuencia Organizada y Antidroga) de la Guardia Civil el que ha protagonizado los registros en ocho viviendas y empresas así como detención de seis personas implicadas en lo que ya habíamos calificado en nuestro escrito de denuncia como "trama de estafa millonaria": Las estimaciones apuntan a que la estafa asciende a casi 60 millones de euros y que las zonas más afectadas son Baleares, Canarias, la Costa Blanca y la Costa del Sol

El caso se encuentra bajo secreto de sumario, y se prevé que siga estándolo durante varias semanas, por lo que no se descartan nuevos registros y detenciones, en el marco de una operación que lleva varios meses gestándose.

De las investigaciones llevadas a cabo raíz de la denuncia interpuesta por MAC HOTELS, la Policía judicial ha podido constatar que el entramado es complejo y que en él participan distintas personas a

Avv. Ippolito Azzecagarbugli

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

## Scriverrà sul suo blog articoli su argomenti d'interesse per i suoi clienti

Blog

[Home](#) / [Blog](#)

Non solo di processo vive un avvocato: anzi, le Battaglie di un avvocato, quelle dell' **Avv. Nicola Todeschini** in particolare, sono le battaglie della sua vita, non solo quelle del suo lavoro.

Dall'impegno personale, dalle **esperienze della vita** nascono linee di condotta, ragioni per spendersi, ideologie, secondo qualcuno, che **diventano** modi di concepire la professione, ispirata alla riparazione dei torti. Allora il **linguaggio per parlarne**, per battersi, deve essere quello di tutti: degli **esperti** quando è a loro che si parla, delle persone comuni, alle quali si dedica il Diritto delle persone, degli imprenditori che si impegnano con etica ad offrire il prodotto migliore.

Diventa quindi inevitabile che **gli esperti** dell'Avv. Nicola Todeschini si conducano anche con le parole, con il suo impegno quale **redattore della rivista Persona e Danno** (l'avv. Nicola Todeschini, avvocato esistenzialista, è responsabile della voce "malpractice medica", malasanita, della rivista curata dal Prof. Paolo Cendon), nonché fondatore di "Basta sprechi", di "Malassicurazione", di "Malagiustizia".

Nel **blog dell'Avv. Nicola Todeschini** troverai quindi la sua vita, le sue passioni, la sua ispirazione al ruolo dell'Avvocato in quanto **riparatore di torti**, il suo coraggio di esporsi, caratteristiche che gli hanno procurato molti nemici, anche nella classe forense, ma che riassumono il suo modo, inevitabile, di essere solo dalla parte di chi subisce un torto.

Categorie:

- [» Malasanita](#)
- [» Risarcimento Danni](#)
- [» Diritto di Internet](#)
- [» Per le Aziende](#)

Iscriviti alla newsletter

NEWSLETTER



Avv. Ippolito Azzecagarbugli

### FARÀ UNA BROCHURE PER PRESENTARSI.....



e la invierà per email alle aziende che possono diventare clienti

Mariarosa Chimelohafattofare

### CREA LA SUA IDENTITA' GRAFICA CREA IL SUO SITO WEB

Anche lei farà dai contenuti SEO e mirati



PER COMPARARE DEI SITI BEN FATI DAL PUNTO DI VISTA DELLA COMUNICAIZONE

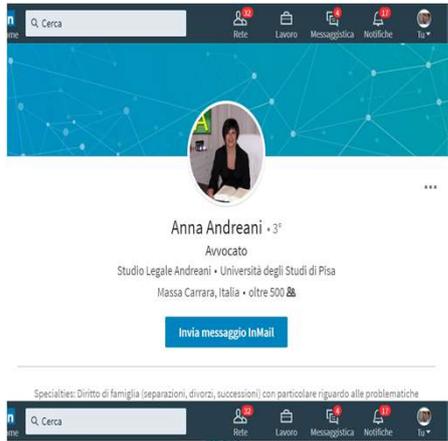
<https://gutflg.com/sito-web-avvocati/>



Mariarosa Chimelohafattofare

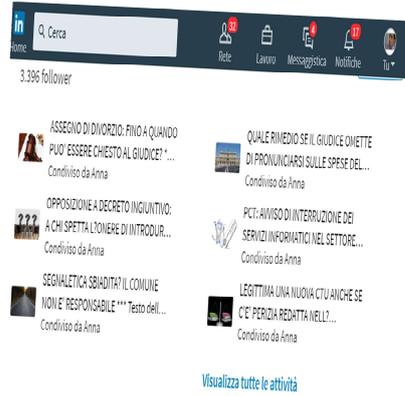


Aprirà un suo profilo LinkedIn

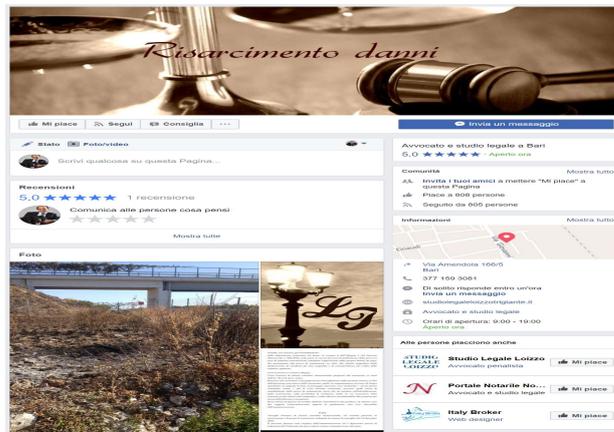


**FARA' NETWORKING**

Parteciperà ai gruppi di discussione



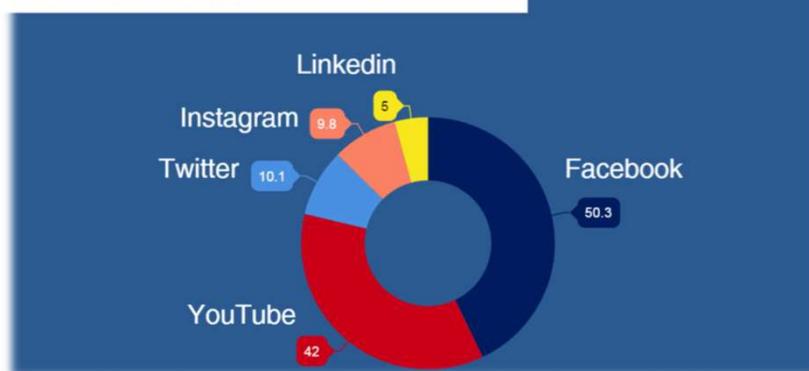
**APRIRA UNA PAGINA  
FACEBOOK DELLO  
STUDIO, MA  
FOCALIZZATA ALLE  
MATERIE PREVALENTI**



Mariarosa Chimelohafattofare

### E PERCHE' APRIRA' UNA PAGINA FACEBOOK?

Gli utenti dei Social Network in Italia



Mariarosa Chimelohafattofare

### E PERCHE' APRIRA' UNA PAGINA FACEBOOK POSTANDO FILMATI?

<https://kinsta.com/it/blog/statistiche-youtube/#:~:text=YouTube%20C3%A8%20disponibile%20in%20pi%3CB9,tutti%20gli%20utenti%20di%20Internet.>

<https://kinsta.com/it/blog/statistiche-youtube/#:~:text=YouTube%20C3%A8%20disponibile%20in%20pi%3CB9,tutti%20gli%20utenti%20di%20Internet.>

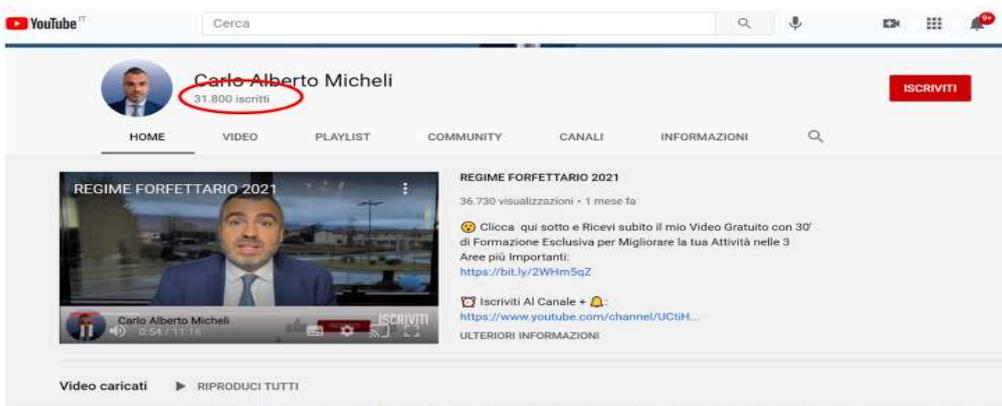
il numero di ore trascorse a guardare i video di YouTube è cresciuto del 60% da un anno all'altro.



Mariarosa Chimelohafattore



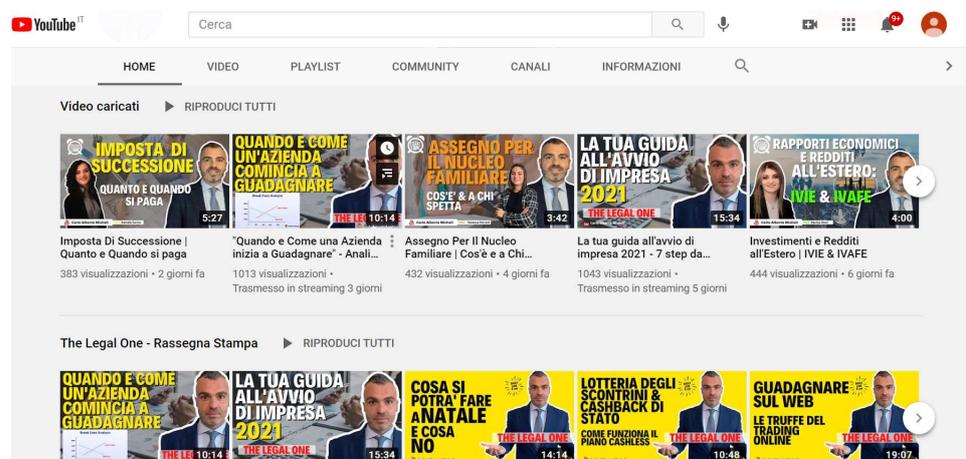
**FARÀ WEBINAR O VIDEO SULLA SUA ATTIVITÀ E LI METTERÀ IN YOUTUBE**



Mariarosa Chimelohafattore

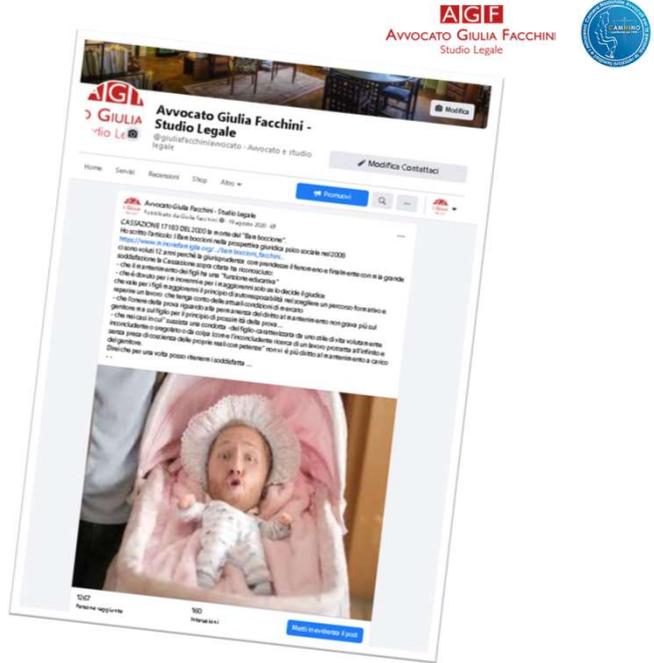


**I video di Carlo Alberto Micheli molto istruttivi**



Mariarosa Chimelohafattofare

**SCRIVERA' DEI POST O  
CONDIVIDERA' CONTENUTI IN  
FACEBOOK**



**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale



Mariarosa Chimelohafattofare

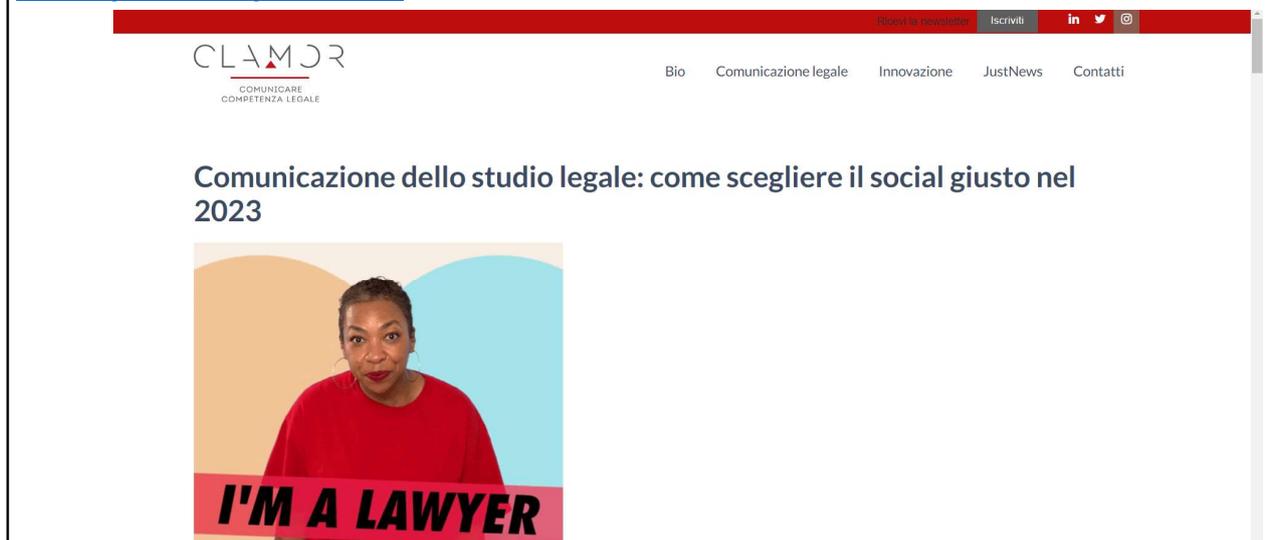
**ORGANIZZERA'/PARTECIPERA' A EVENTI  
ANCHE ORGANIZZATI DA ASSOCIAZIONI DI  
CUI FA PARTE**



**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale



SE VOLESSIMO ANDARE PIU A FONDO NELLA SCELTA DEL SOCIAL PER IL VOSTRO STUDIO LEGALE VI CONSIGLIO QUETO ARTICOLO DELLA BRAVISSIMA CLAUDIA MORELLI <https://claudiamorelli.it/clamor/comunicazione-dello-studio-legale-come-scegliere-il-social-giusto-nel-2023>



## CONCLUSIONE

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale



Avv. IPPOLITO AZZECCAGARBUGLI



MARIAROSA CHIMELOHAFATTOFARE

Utilizzano strumenti e stili diversi e mirati alla tipologia di clientela che vogliono raggiungere ma hanno uno stesso obiettivo:

- Fornire servizi legali di qualità sempre più alta,
- accrescere la loro "reputazione" on e off line
- e quindi aumentare la redditività e ottenere più clienti

## FINO AD ORA ABBIAMO VISTO COSA DEBONO FARE GLI AVVOCATI ORA VEDIAMO ORA COSA DEVE FARE L'AVVOCATURA

- **La pubblicità informativa degli avvocati: perchè bisogna discuterne**
- *di Antonino La Lumia (Presidente Movimento Forense e consigliere Coa Milano) 17 Dicembre 2021*
- Fermi restando i principi cardine del nostro codice deontologico (che già da soli, se quotidianamente applicati, dovrebbero costituire sicuro argine alle violazioni), è il caso di prendere atto che la professione deve immergersi nella contemporaneità: non per un'inutile forma di narcisistico autocompiacimento, ma per rendere effettiva quella presenza nella società che è stata da sempre la cifra essenziale dell'avvocatura.



**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale



## E CON QUESTO ULTIMO APPUNTO CEDO LA PAROLA A FILIPPO VALLOSIO CHE (ANCHE) DI DEONTOLOGIA E' SUPER ESPERTO

**GRAZIE  
PER LA VOSTRA ATTENZIONE  
PER COMMENTI O MATERIALI**

**<https://www.linkedin.com/in/giulia-fa-a60b4724/>**



**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

