

DONNE E LEADERSHIP

IL CORAGGIO DI FARSI AVANTI

Coltivare la *gender diversity* negli studi legali serve non solo per ragioni etiche ma anche per la crescita del business. Ecco perché.

di mario alberto catarozzo*

Chi dice socio, in uno studio legale, quasi sempre dice maschio. [Nel numero 9 di Mag by legalcommunity](#), [it](#) è stato affrontato il problema. Diversi progetti sono sorti proprio con lo scopo di monitorare e affrontare la questione perché quanto prima possa rimanere confinata ai libri di storia. È il caso di *Women on Board* di ASLA e dell'attività dei Comitati Pari Opportunità degli Ordini professionali. Proviamo ora ad affrontare la questione da un'altra angolazione: è utile? Ovvero: è strategico per lo studio avere poche, o nessuna, donna tra i soci o nel board? Per niente, vediamo perché.

LA QUESTIONE DELLA GENDER DIVERSITY.

Sono molti gli studi condotti in giro per il mondo sulla leadership al femminile che evidenziano come uomini e donne



© Syda Productions - Fotolia.com

facciano business in modo diverso, si relazionino con i collaboratori e con i clienti in modo differente e abbiano capacità di problem solving peculiari. Questa diversità è ciò che può dare slancio alle organizzazioni di studio, che può introdurre innovazione e permettere di affrontare più strutturati le nuove sfide che il futuro pone alla professione. Quindi donne al vertice non solo perché è eticamente giusto, ma anche perché è strategicamente opportuno.

In un mercato sempre più competitivo, frenetico, esigente, il talento femminile può aiutare a fare la differenza e come diceva Coco Chanel: «Per essere insostituibili, bisogna essere diversi».

L'EFFETTO SUL CLIMA E SUL TEAM.

Oggi le organizzazioni di studio per poter essere competitive devono innanzitutto essere performanti



**SE LE DONNE NON
SEMPRE BRILLANO
PER LA CAPACITÀ DI
FARE RETE TRA DI
LORO, SICURAMENTE
HANNO UNA
MARCIA IN PIÙ
NELLA CAPACITÀ DI
COMPATTARE I TEAM,
DI FARE SQUADRA,
DI DEDICARSI ALLA
CAUSA COMUNE.**



e lo saranno se all'interno c'è affiatamento, clima positivo, comunicazione efficace. Se le donne non sempre brillano per la capacità di fare rete tra di loro, sicuramente hanno una marcia in più nella capacità di compattare i team, di fare squadra, di dedicarsi alla causa comune.

Vogliamo poi parlare della vision? Oggi lo studio ha bisogno non solo di organizzazione, di clima interno positivo e affiatato, ma anche di prospettiva. La vision è la stella polare della navigazione quotidiana, è la meta a cui puntare senza farsi distrarre dagli ostacoli che si frappongono a centinaia e dalle voci delle sirene, che come Ulisse, ci tentano e rischiano di portar lontano dal nostro progetto.

EMPATIA CON I CLIENTI E BUSINESS DEVELOPMENT.

Parliamo ora del *business development*, che passa dall'esigenza di ogni studio di



fidelizzare la propria clientela, ma anche di svilupparne di nuova. La fase di engagement è il momento clou dello sviluppo del business. Ma che cosa oggi spinge un general counsel, un imprenditore, un manager a scegliere il proprio consulente legale? Fino ad oggi i capelli brizzolati del partner di studio avevano spopolato. Ma sarà ancora così in futuro? Le nuove generazioni saranno sempre più inclini a rivolgersi a chi sa anche ascoltare le richieste, sa instaurare feeling, sa relazionarsi con empatia e comprendere prima di risolvere.

Queste sono doti tipicamente femminili. La capacità empatica di costruire relazioni fondate prima di tutto sulla condivisione di esigenze, richieste, vision, stati d'animo, sarà il *quid pluris* che farà la differenza nelle relazioni professionista-cliente e sposterà l'ago della bilancia. Trovare un altro professionista competente, in fondo non è difficile per un cliente, ma trovare un altro professionista competente che sappia relazionarsi con empatia è decisamente più complesso.

IL MAGGIORE OSTACOLO? LE DONNE STESSE.

Nel suo libro - tradotto anche in Italia "Facciamoci avanti" - **Sheryl Sandberg**, direttore operativo di Facebook, sottolinea come ancora spesso siano le stesse donne a fermarsi un passo indietro rispetto ai colleghi uomini, a rinunciare per questioni di bilanciamento

work-life, ad accettare il trend storicamente in atto. E invece farebbero non solo il bene proprio, ma anche dello studio in cui prestano la propria attività professionale, se trovassero il coraggio di farsi avanti, pretendere le posizioni di comando, diventando co-piloti di strumenti più aerodinamici indispensabili per solcare i mari più agitati. L'affermare se stesse, anche in ambito comunicativo, è un gap che per molte esiste ancora e che, insieme alle capacità negoziali, andrebbe colmato al più presto per diventare definitivamente una colonna portante di tutte le organizzazioni. Quando gli studi capiranno che condividere la *cloche* tra uomini e donne sarà non solo giusto, ma anche strategico, vedremo le cose cambiare. 🧑🏻‍🤝‍🧑🏻

**Formatore e Coach specializzato sul target professionisti dell'area legale
coach@mariocatarozzo.it*