

A portrait of Giuseppe La Scala, a middle-aged man with a grey beard and mustache, wearing a dark blue suit, white shirt, and a red patterned tie. He is smiling slightly and looking towards the camera. The background is a blurred interior with warm lighting.

## La consapevolezza di **GIUSEPPE LA SCALA**

di paolo lanciani\*

suo nome coincide con quello del suo studio, "tra i primi nel contenzioso bancario e fallimentare, e oggi protagonista riconosciuto nell'attività giudiziale di recupero crediti", di cui è cofondatore insieme a **Paola Ventura** e **Marco Pesenti**. È stato spesso associato al Milan e più recentemente al suo caffè-Bistrot Banco23. Difficile

non farsi catturare dalla personalità carismatica e distrarre dalle passioni personali che s'intrecciano con la storia professionale di **Giuseppe La Scala**. Ma oggi abbiamo voluto concentrarci sul professionista, il non più name-partner dell'omonimo studio ed è in questo apparente paradosso che ritroviamo l'essenza e lo stile dell'avvocato La Scala. La scelta di passare da "La Scala Ventura Pesenti & Associati" a

“La Scala”, non ha segnato l’uscita dei soci cofondatori e neppure ha voluto sottolineare una disparità o redistribuzione dei pesi all’interno dell’associazione professionale; si è trattato, piuttosto, di un processo d’istituzionalizzazione che, pur mantenendo un legame con la propria storia, ha voluto, peraltro su proposta dei co-soci, passare dalla logica dei name-partner a quella del brand. Un’identità più rappresentativa della visione imprenditoriale che accomuna fin dalla fondazione gli avvocati La Scala, Ventura e Pesenti.

Spesso mi trovo a notare e sottolineare come l’autoconsapevolezza sia un tratto distintivo degli avvocati più realizzati. Non fa eccezione, anzi ne è un esempio lampante, l’avvocato La Scala, un uomo che si conosce molto bene e non ha quindi timore di esporsi, mostrando serenamente luci ma anche ombre. Avendo riconosciuto presto quali erano i suoi asset, ma anche quale potevano essere i suoi limiti, Giuseppe La Scala ha sistematicamente investito sui primi e trovato partner e collaboratori che potessero compensare i secondi. Aperto e ottimista, sa riconoscere e cogliere le opportunità che gli si presentano. Un uomo che incarna nei fatti il concetto di personal branding e sa come comunicare la sua unicità per intercettare quei clienti che cercano proprio il suo stile e taglio professionale. La profonda autoconsapevolezza e lo stile netto e personale sono integrati da un



*In questa rubrica lo psicologo del lavoro Paolo Lanciani incontra alcuni professionisti dell’area legale. Attraverso il loro ritratto, ripercorre i passaggi chiave della loro carriera ed esplora il loro approccio all’organizzazione dello studio, al business development e all’uso delle nuove tecnologie. Lanciani è stato ospite di strutture organizzative molto diverse tra loro: una delle “Big Four”, una Società Tra Professionisti, naturalmente vari Studi Associati e una Cooperativa. Oltre che per ragione sociale, queste realtà si distinguono per il modo in cui interpretano la vita organizzativa, il business development e il rapporto con la tecnologia. L’obiettivo di questi incontri è quello di individuare e raccontare le buone pratiche e i diversi modi di intendere e interpretare il successo professionale.*

approccio relazionale accogliente che gli dà la capacità di mettere a proprio agio il suo interlocutore. Un ottimo comunicatore che sa raccontarsi per storie ma anche dosare le proprie qualità di entertainer per non perdere di vista o togliere spazio all'altro. Le sue storie e le sue riflessioni sono sempre popolate di persone importanti, compagni di viaggio e mentori significativi, che cita per nome con autentico affetto, gratitudine e stima. Sicuramente un frontman, ma non per mettere in ombra gli altri membri del gruppo; La Scala ha accettato di rappresentare la sua squadra, ma riconosce, apprezza ed esalta la centralità di ogni giocatore.

## TRE PIETRE MILIARI

Ricorda esattamente come, da studente non particolarmente appassionato alla Giurisprudenza o preoccupato del suo futuro, peraltro immaginato in una banca piuttosto che azienda, abbia incontrato "per caso" l'avvocatura al suo terzo anno d'università. È "il 9 settembre del 1981" quando l'avvocato Manfredini accoglie nel suo studio un giovane studente come "ragazzo di bottega professionale". In questi primissimi anni il futuro *imprenditore legale* getta le proprie basi professionali: fin da subito, anche per via delle

attitudini del suo mentore, il focus si sposta sull'efficienza e sull'efficacia dello studio. Benché quei primi tre anni distratti abbiano generato "un deficit nella sua preparazione universitaria che" lui non sente di essere "ancora riuscito a recuperare" si laurea con "110, non perché sia stato bravo ma efficiente." Una prima fase che ha "accentuato" quelle "caratteristiche organizzative e istituzionali" che fondano da sempre il taglio imprenditoriale dello studio La Scala.

"Il secondo step è stato l'incontro, casuale, con i grandi avvocati della piazza di Milano degli anni Ottanta e Novanta." Ne ricorda due o tre che gli "hanno regalato una loro serata o un pomeriggio al termine di una riunione". Cita **Mario Casella** e l'avvocato Farinacci, facendo seguire un'intensa pausa di silenzio... In questo breve passaggio del nostro incontro l'*imprenditore legale* consapevole e realizzato cede brevemente il passo al suo sentirsi professionista e giurista incompiuto. Per un attimo, il rimpianto di non aver sfruttato quei primi fondamentali anni di formazione universitaria si fa più intenso e doloroso. È così che in Giuseppe La Scala si consolida il grande rispetto per quell'eccellenza professionale che oggi attraverso i suoi collaboratori promuove e propone ai suoi clienti.

Il terzo step decisivo è l'incontro con i suoi attuali soci, innanzitutto con Marco Pesenti, anche lui laureando presso lo studio Manfredini, e poi con Paola Ventura con cui costituirà la prima associazione professionale. La Scala sottolinea come l'incontro con i due soci, benché entrambi appena più giovani di lui, sia stato fondamentale per dargli "il coraggio di far da soli e prefigurare un progetto che fosse molto innovativo." Già allora, pur non parlandone in questi termini, il focus era sull'istituzionalizzazione; capirono subito che, non essendo "dei giuristi raffinatissimi", il cliente che si sarebbe rivolto a loro "aveva bisogno di avvocati rapidi, organizzati, con processi chiari, che costassero il giusto" e, quindi, che facessero controllo di gestione.

## IL CONTESTO OPERATIVO

Fin da subito, come abbiamo visto, la visione dell'avvocato La Scala e soci è stata quella di uno studio che rispondesse alle esigenze di una specifica tipologia di cliente, il rapporto ideale tra qualità e costo, e quindi richiedeva una conseguente organizzazione. Benché formalmente costituito come associazione professionale, lo studio La Scala Ventura Pesenti & Associati nasce, di fatto, come impresa legale. Da una

parte lo studio ha saputo valorizzare appieno un'inclinazione e un talento per gli aspetti organizzativi e di gestione, dall'altro ha saputo colmare quel gap sul piano della "sensibilità e raffinatezza giuridica" percepita inizialmente dai soci fondatori con l'acquisizione e valorizzazione di giuristi talentuosi. Una gestione finanziaria interna, non solo per cassa come richiesto agli studi associati ma anche per competenze esprime esattamente la consapevolezza dell'importanza e dell'interdipendenza di tutte le componenti e di tutti i ruoli dello studio.

Fin dal dettaglio della presenza di caricabatteria per cellulari di vari marchi in sala d'attesa si capisce come la tecnologia per lo studio La Scala giochi un ruolo fondamentale. L'avvocato ricorda come lo studio Manfredini nell'81 fu il primo in Italia a crearsi un gestionale per lo studio legale sulla base di un software nato per farmacie; software che poi divenne anche il primo gestionale del loro studio. Da allora la tecnologia ha giocato un ruolo fondamentale non solo per rendere efficiente un'organizzazione che si distribuisce su tutto il territorio nazionale, ma anche per comunicare lo studio all'esterno. Dalla strategia di marketing digitale basata sul legal-content-marketing sui social



media, alla newsletter che offre ai propri iscritti benchmark e analisi dei big data sul settore bancario e legale, lo studio si propone come un interlocutore assolutamente contemporaneo non solo per le sue infrastrutture.

Il business development di La Scala è il risultato dell'intreccio tra una strategia ben eseguita e interpretata dall'organizzazione, una serie di circostanze di contesto favorevoli e un personal brand estremamente efficace. Se dell'organizzazione abbiamo già parlato, è interessante sottolineare come proprio la crisi del settore bancario si sia rilevata per lo studio La Scala un'opportunità. Infatti la crisi ha spinto le banche a cercare, per il contenzioso in particolare,

interlocutori che avessero un adeguato rapporto qualità prezzo. Condizione, quest'ultima, che solo dei giovani avvocati ben organizzati potevano esaudire senza dover compromettere brand già affermati o comunque soffrire insostenibilità economiche. Ultimo tassello torna a essere Giuseppe La Scala, che per indole passionale e personalità esuberante si fa portavoce dei valori dello studio anche oltre il contesto strettamente legale. Strategia, questa, che funziona solo a patto di essere autentica e di avere alle spalle un'offerta solida e di qualità. 🍷

*\*De Micheli Lanciani Motta -  
Psicologi del Lavoro Associati*

## LA SCALA STUDIO LEGALE

**F**ondato nel 1991, La Scala opera da 25 anni nel diritto dell'economia. Tra i primi studi legali nel contenzioso bancario e fallimentare, è oggi riconosciuto nell'attività di recupero crediti giudiziale. Da sempre, inoltre, offre servizi legali alle imprese (corporate, restructuring, IP/IT, regulatory, tax, penale commerciale), e si occupa di diritto civile e di famiglia. Lo studio assiste stabilmente tutti i principali gruppi bancari italiani, numerose imprese industriali e commerciali, importanti istituzioni finanziarie. Dopo la sede principale di Milano, nel corso del tempo sono state aperte le altre sedi di Roma, Torino, Bologna, Firenze, Venezia, Vicenza, Padova e Ancona. Oggi lo studio comprende circa 140 professionisti e uno staff di oltre 100 persone. La Scala conta 18 soci e un fatturato di 19,4 milioni di euro. 🍷