

LEGALCOMMUNITY INTERVIEWS

CON KPMG, COMINCIA UN NUOVO CAPITOLO PER LABLAW

Ospite del podcast Legalcommunity Interviews, l'avvocato Rotondi racconta il merger che ha dato vita alla business unit labour della big four. Quaranta professionisti pronti a crescere

di nicola di molfetta



Per il mercato del diritto del lavoro, il merger tra LabLaw e Kpmg è senz'altro una delle operazioni più importanti dell'anno: parliamo del cambio di poltrona di 40 professionisti. Se a questo, poi, si aggiunge che l'alleanza porterà a un'ulteriore valorizzazione del brand dello studio fondato nel 2006 da **Francesco Rotondi**, allora possiamo dire che il deal LabLaw-Kpmg diventa un unicum.

È proprio l'avvocato Rotondi a raccontare la genesi e la ratio di questa mossa strategica che conduce lo studio oltre la frontiera della settorialità pur senza fargli perdere la sua capacità di azione verticale.

«L'operazione – dice Rotondi – nasce da una lunga riflessione che parte dalla analisi del mercato nell'ambito del diritto del lavoro». La scelta di creare LabLaw nel 2006 si rivelò vincente. A suo modo rivoluzionaria. Ma dopo 16 anni il settore è cambiato. «E questo ci ha fatto riflettere sulla possibilità di continuare a essere protagonisti». La specializzazione è un fattore. La sua integrazione con altre practice diventa strategica.

Rotondi si guarda intorno così come viene cercato. Ma il mantenimento del brand è una condizione non trattabile. E con Kpmg si è trovato l'accordo. «C'è stata una perfetta sintonia sia sul piano personale sia sul piano industriale». Il brand è stato riconosciuto come un valore.

Tutto LabLaw è coinvolto in questa operazione, assieme a tutte le sue sedi territoriali. Sul piano logistico, al momento resterà nei suoi uffici. «Ovviamente la nostra presenza in Kpmg è già quotidiana»

Resta una domanda: questo cambiamento è destinato a "travolgere" il modello delle boutique specialistiche?

«Lo spazio ci sarà sempre. Ma per restare a certi livelli, sarà sempre più importante avere un'offerta più ampia mantenendo una competenza elevata. La specializzazione non basterà più a convincere una certa tipologia di clientela», dice Rotondi.

LabLaw in questo nuovo contesto non si rivolgerà più solo a grandi aziende strutturate ma allargherà il suo spettro d'azione anche alle Pmi, strutturando un'offerta dedicata.

Serviranno altre persone? «Il progetto è di espansione. Non difensivo. E qualcosa già si sta muovendo». ▣