

Dalla concorrenza “derivata” una spinta all’evoluzione degli studi notarili

Un luogo comune da sfatare è che l’accesso a numero chiuso alla professione del Notaio preservi gli stessi dall’accentuarsi di un sistema concorrenziale; se è vero, difatti, che l’adozione del criterio di un notaio per ogni settemila abitanti rappresenti indiscutibilmente una regola di contingentamento, necessaria d'altronde per garantire un sistema di eccellenza qualitativa, è pur vero che nell’ultimo decennio il Notaio ha sempre più vissuto sulla propria pelle gli effetti della cd. concorrenza “derivata”, definendosi per tale quella che deriva, appunto, dalla sempre più stringente concorrenza tra i clienti dello studio notarile. La necessità oramai sempre più presente a tutti i livelli di tagliare i costi, sempre e comunque, ha infatti negli ultimi anni trascinato i notai non solo ad assistere alla richiesta da parte dei propri clienti, privati o imprenditori che siano, di continui preventivi da confrontare, ma ad aderire, loro malgrado, ad una contrattazione con il cliente basata unicamente sul prezzo, con un linguaggio che mortifica qualità ed efficienza del servizio professionale offerto. Cosa può fare un Notaio davanti a questo fenomeno inarrestabile? Innanzitutto cogliere la natura sistemica della problematica; in quanto relativa all’intero sistema economico attuale riguarda l’intera categoria dei Notai: è – per così dire – una regola del gioco, non modificabile e non ... trattabile! Chiarito tale assunto, che pur libera il Notaio e la sua organizzazione dal disperdere energie nell’occuparsi (alias lamentarsi) del non modificabile, ciò su cui può concentrarsi l’Organizzazione dello studio notarile, e il Notaio in primis, è la qualità della risposta a tale fenomeno sociale prima che economico; e facendo ciò l’Organizzazione stessa ridiventa artefice del proprio agire. Nel contesto di un mutato quadro di regole del gioco è indispensabile una rivisitazione dei modelli organizzativi dello studio notarile e della mentalità che li ispira. La prima fase di una riorganizzazione dello studio notarile passa per un’inevitabile presa di consapevolezza degli effetti della concorrenza derivata sull’attività lavorativa quotidiana; sintomi del malessere sono costituiti da espressioni o atteggiamenti ricorrenti, relativi al fattore tempo: - non ho tempo per approfondire le pratiche, - non ho tempo per aggiornarmi, - ho sempre meno tempo per dedicarmi alle pubbliche relazioni, relativi ai processi organizzativi: - aumentano gli errori nello svolgimento delle pratiche, - siamo costretti a rincorrere banche e clienti, - ci sono pratiche che si perdono per strada, relative al clima aziendale: - lo stress lavorativo dei dipendenti è in aumento, - cresce tra i dipendenti un senso di frustrazione misto a disaffezione, - diminuisce lo spirito di gruppo a favore dell’attenzione specifica ai propri compiti, - i rapporti tra dipendenti e clienti sono sempre più tesi, - c’è uno scollamento tra il Notaio e l’Organizzazione. La presenza di alcuni degli elencati sintomi, in realtà esasperati dai nuovi ritmi lavorativi ma già presenti ab origine e mai risolti definitivamente dall’Organizzazione, indica quanto la concorrenza “derivata” si possa in realtà trasformare in una grossa opportunità per lo studio notarile quale spinta all’evoluzione dei suoi modelli organizzativi, non più in linea con i mutati scenari socio-economici. Dalla consapevolezza all’individuazione di una strategia di crescita il passaggio è breve. Un moderno studio notarile necessita di: - una definizione puntuale dei processi organizzativi, dalla prima accoglienza del cliente all’archiviazione dell’atto stipulato, con individuazione delle fasi che li compongono, delle responsabilità assegnate ad ogni funzione e dei momenti e delle modalità di verifica; - un sistema di rilevazione dello stato avanzamento delle singole pratiche, con annesso sistema

statistico di analisi dei tempi di lavorazione, base per la determinazione della marginalità per settore e per una politica di contenimento dei costi; - un efficiente sistema di comunicazione interno ed esterno; - un piano di marketing operativo, che consenta al Notaio di definire gli obiettivi di medio termine e la direzione verso la quale impegnare le risorse (non infinite!) dello studio, ed in primis quella del suo dominus; - un organigramma che sia il più consono agli obiettivi definiti ed alle individualità presenti in una specifica organizzazione; - una riorganizzazione dell'agenda del Notaio, che gli consenta di articolare le modalità dei suoi impegni secondo i desiderata e non i necessitata. Ma affinché i modelli organizzativi individuati non rimangano lettera morta è prioritario avviare un processo riorganizzativo per gradi secondo una visione botton-up, che veda coinvolta in prima linea l'Organizzazione nella definizione, nell'attuazione e nel miglioramento continuo dei modelli in essere, secondo uno spirito che favorisca l'espressione delle potenzialità dei componenti di un gruppo ed il loro spirito di appartenenza. Consapevolezza, riorganizzazione e coinvolgimento sono quindi i tre fattori chiave che "vaccinano" l'Organizzazione dello studio notarile da sempre nuove regole del gioco, concorrenza derivata in primis, e che consentono al Notaio di ridiventare padrone del suo tempo. Luglio, 2010