



Jacobacci Avvocati: diritto, identità e visione

Lo studio nei suoi primi 30 anni ha saputo trasformare un'eredità professionale in un progetto italo-francese che oggi conta circa cinquanta professionisti e ha fatto dell'internazionalità e dell'innovazione il proprio tratto distintivo. MAG ha incontrato il socio fondatore Fabrizio Jacobacci e la partner Claudia Scapicchio

di letizia ceriani

Nasceva trent'anni fa lo studio Jacobacci Avvocati, nel solco dell'eredità di famiglia, attiva e specializzata nel mondo della proprietà intellettuale dal 1872 con la società di consulenza Jacobacci & Partners. «Essere un Jacobacci e decidere di aprire uno studio legale con lo stesso nome non è stato semplice», racconta l'avvocato e socio fondatore Fabrizio Jacobacci. «La reputazione della società di consulenza era tale che il rischio di non rivelarsi all'altezza era una eventualità da non trascurare che tuttavia non mi ha scoraggiato. Sono entrato nel meraviglioso mondo dell'IP a 24 anni, quando ero un giovane di belle speranze, ma di poca esperienza e insieme ai miei soci abbiamo lavorato con impegno per costruire lo studio come è diventato oggi».

Oggi lo studio conta una squadra consolidata di 15 soci su una cinquantina di professionisti basati nelle quattro sedi tra Italia e Francia: Torino, Milano, Roma e Parigi. Lo sguardo rivolto al mondo e l'apertura internazionale fanno parte di una forma mentis che l'avvocato Jacobacci ha appreso nel corso delle prime esperienze lavorative all'estero, in Inghilterra e in Germania. «Trent'anni fa il gap tra l'avvocatura italiana e quella anglosassone era molto evidente. Internazionalità significa rapportarsi con persone e società che appartengono a culture diverse e capire che, per costruire un dialogo proficuo, è necessario mettere da parte la prospettiva locale. L'avvocato che si limita a illustrare il diritto e a individuare i problemi fa solo metà del lavoro. L'avvocato IP che avevo visto io era dinamico, si immedesimava nelle esigenze del cliente e si concentrava sulle raccomandazioni pratiche più che nella costruzione di elaborati pareri con dotte citazioni di dottrina e giurisprudenza».

L'approccio avanguardista, sottolinea anche la socia Claudia Scapicchio, approdata nello studio più di 25 anni fa, ha contribuito da subito a costruire un'immagine forte e convincente del brand nel settore. «Aver creato uno studio legale che operava in sinergia con la società di consulenza, sotto lo stesso nome e brand Jacobacci, ha consentito di offrire al mercato un servizio end to end, dal deposito dei marchi e brevetti fino alla gestione del contenzioso, cosa non comune trent'anni fa, che ha costituito un fattore distintivo e competitivo».



FABRIZIO JACOBACCI

«Siamo una cinquantina di avvocati in tutto, di cui 15 soci, oltre a counsel, associate e senior associate, distribuiti nelle quattro sedi: Roma, Milano, Torino e Parigi, quest'ultima aperta nel 2009»

Una vocazione all'innovazione evidente anche nell'approccio dello studio verso tematiche come la parità di genere, la flessibilità lavorativa e la sostenibilità.

L'intervista di MAG agli avvocati **Fabrizio Jacobacci** e **Claudia Scapicchio**.

Perché decide di fondare lo studio?

Fabrizio Jacobacci (F.J.): Lo studio nasce da un gesto di coraggio, ma anche con una sana dose di inconscienza, dovuto innanzitutto alla giovane età mia e dei miei soci. All'epoca avevo 32 anni. Nonostante le evidenti difficoltà, lanciarsi è stata una bella esperienza: ci siamo ritrovati a dover gestire, da una parte, una reputazione impegnativa da sostenere, dall'altra, un settore nel quale ci sentivamo piuttosto acerbi, ma che al contempo avevamo voglia di rivoluzionare. Il panorama legale italiano degli anni '90 concepiva il rapporto cliente-professionista in modo un po' antiquato, e tendenzialmente l'epicentro degli studi che si occupavano di IP gravitava attorno a professori universitari formati negli anni '50 e '60, di grandissima preparazione giuridica e cultura, ma abituati a lavorare in maniera statica alla scrivania, nell'attesa del cliente, che però iniziava a esigere un trattamento e risultati diversi. Ci siamo inseriti in questo gap della professione.

L'internazionalità fa da sempre parte del vostro Dna. Lei in primis ha lavorato in Germania e in Inghilterra. Cosa si è portato dietro da quelle esperienze?



CLAUDIA SCAPICCHIO

F.J.: Ho cercato di trasferire quello che ho imparato all'estero affiancando direttamente i giovani collaboratori e apportando delle novità. Un approccio estremamente proattivo, che richiede anche una buona dose di ascolto del cliente. Le grandi categorie del diritto che regolano la materia andrebbero illustrate in un momento successivo. La priorità di chi fa il nostro mestiere non è solo quella di capire il problema legale, ma di cogliere il problema di business sottostante per trovare la soluzione più utile, non quella più giuridicamente elegante. Inoltre, promuoviamo la formazione personale e professionale degli avvocati organizzando periodi di lavoro all'estero e scambi con la sede francese, e finanziamo master di specializzazione e corsi di lingua.

Claudia Scapicchio (C.S.): Dal mio ingresso in studio nel 2000, la dimensione internazionale — riconosciuta da clienti multinazionali come da imprenditori italiani — è sempre stata un asset distintivo, grazie ai rapporti capillari e al network costruito dalla storia di famiglia. Questa percezione ha messo lo studio in una posizione privilegiata nel mercato IP fin dai primi anni di attività. L'essere internazionali ci ha resi anche più attrattivi per i giovani talenti: fin da subito, un criterio di selezione è stata la conoscenza certificata di almeno una seconda lingua straniera, oltre all'inglese.

Quante sedi e quanti professionisti conta oggi lo studio?

F.J.: Siamo una cinquantina di avvocati in tutto, di cui 15 soci, oltre a counsel, associate e senior associate, distribuiti nelle quattro sedi: Roma, Milano, Torino e Parigi, quest'ultima aperta nel 2009. La sede più importante in termini numerici è storicamente quella di Torino, per ragioni legate alla fondazione e anche a una questione di costi. Ogni sede ha un socio responsabile.

In cosa vi distinguete in un mercato oggi molto più ricco e competitivo?

F.J.: In questi decenni il panorama IP italiano è cambiato molto e l'offerta è senza dubbio molto ricca. Il nostro vantaggio si evidenzia su almeno due piani. Dal punto di vista dimensionale, abbiamo risorse sufficienti per affrontare senza difficoltà questioni di qualunque dimensione e in qualunque momento, senza che ciò pregiudichi l'efficienza del nostro

«In un mondo caratterizzato da grande mobilità, abbiamo costruito un team sinceramente legato allo studio, grazie a una rete di supporto che va ben oltre la remunerazione»

servizio. Nella fetta di mercato del contenzioso IP, condivisa con i grandi studi internazionali, siamo percepiti — sia da multinazionali che da piccole aziende — come una boutique verticale in grado di garantire un alto livello di dedizione, con un team concreto che conosce la causa e discute l'udienza. In secondo luogo, in un mondo caratterizzato da grande mobilità, abbiamo costruito un team fedele e sinceramente legato allo studio, grazie a una rete di supporto che va ben oltre la remunerazione.

A cosa è dovuto il basso turnover?

C.S.: Credo nasca da qualcosa che supera la mera remunerazione: un ambiente di lavoro sano. Lo studio ha sempre reso possibile un reale equilibrio tra vita personale e professionale. Una scelta dettata da esigenze concrete, ma anche dall'intuizione di un'opportunità strategica. Fin dalla fondazione, la gran parte dello studio è composta da donne, il che ha spinto i soci a creare condizioni che consentissero alle avvocate di gestire la quotidianità con maggiore serenità: flessibilità organizzativa, smart working e relativa regolamentazione sono parte del Dna dello studio, non sono scelte recenti dettate dall'attuale attenzione ai temi Esg. Nel tempo, sono state apportate modifiche migliorative: per fare un esempio, la policy di maternità si è evoluta in una policy di genitorialità, che garantisce a entrambi i genitori supporto, modalità agili e strumenti di efficientamento del lavoro.

La parità di genere si manifesta anche nella partnership.

C.S.: Dovremmo parlare di quote blu, dato che l'80% dello studio è composto da donne, incluso il personale amministrativo. Tra i soci italiani siamo 6 donne su 11, mentre in Francia solo un socio su quattro è uomo. Questo ha sempre generato un modo di lavorare che tiene conto dell'apporto di tutti in egual misura. Il mio percorso ne è un esempio: pur non avendo svolto la pratica in studio, mi è stata data la possibilità di aprire la sede romana a 30 anni.

Quali sono i valori etici su cui poggia lo studio?

C.S.: Oltre alla capacità professionale e alla formazione continua, il lavoro di squadra e una governance trasparente e condivisa. Abbiamo una piattaforma di "whistleblowing" che garantisce l'anonimato e consente a ognuno di esprimersi, dando suggerimenti per migliorare la vita in studio e segnalando criticità; è gestita da un team interno incaricato di valutare il benessere aziendale. Nel 2023 abbiamo avviato un percorso di sostenibilità, adottando un sistema di valutazione di terzi, poi certificato da Accredia nel 2024. È un percorso impegnativo, che coinvolge tutti — anche i più giovani — e che si conferma ogni giorno.

Come incidono tecnologia e intelligenza artificiale sulla proprietà intellettuale?

F.J.: Ci sono state diverse rivoluzioni tecnologiche che hanno riguardato sia il nostro modo di lavorare sia i problemi presentati dai clienti. La prima è stata Internet, che ha portato, sul fronte IP, problematiche legate ai domini e alla contraffazione online — tematiche che negli anni si sono raffinate e oggi sono in gran parte gestite da sistemi automatizzati. Poi sono arrivate sfide molto tecniche, come quelle in ambito farmaceutico o nel settore della telecomunicazione, per esempio le tecniche di compressione e trasmissione di dati, per le quali abbiamo organizzato corsi accelerati per assistere gli operatori del mercato. L'ultimo fronte è quello dell'IA, con le connesse politiche di controllo, selezione degli strumenti e gestione dei rischi: ambiti dove il contributo dei nativi digitali è una risorsa preziosa.

Quali settori sono stati più impattati dall'IA generativa?

C.S.: L'impatto maggiore si è avuto nel campo delle opere dell'ingegno artistico e letterario: fotografia, editoria, audiovisivo. I nostri dipartimenti dedicati sono stati rafforzati negli ultimi anni. Molti clienti — artisti, persone fisiche, fondazioni — si confrontano sempre più spesso con l'IA in fase creativa. Per un avvocato, questo rappresenta una grande opportunità: stabilire chi è l'autore di un'opera diventa una questione più probatoria che tecnologica. La giurisprudenza sta iniziando a valorizzare l'intervento umano sulla creazione finale: la selezione del prompt, l'editing, il controllo creativo, le modifiche successive. In questa fase di esame, la figura dell'avvocato diventa centrale.

Qual è il valore di una boutique in un mercato che vede sempre più fusioni?

F.J.: Le fusioni ci sono, ma quasi mai nel mondo della proprietà intellettuale, dove le boutique mantengono una loro autorevolezza, anche grazie a una dimensione contenuta che permette grande flessibilità. Siamo uno studio italo-francese di 50 avvocati che in Italia mantiene un primato, ma che su scala internazionale sa di essere piccolo. Nei prossimi cinque anni non puntiamo a crescere numericamente, ma a espanderci geograficamente e per aree di attività.

State valutando acquisizioni o fusioni?

F.J.: Sono tutte carte sul tavolo: diventare parte di un gruppo più grande o ampliarci tramite un'acquisizione. Non per perdere la nostra identità, ma per costruire un'alleanza, sempre focalizzata sull'IP e proiettata oltre i confini italiani e francesi. Un'evoluzione ci sarà, in una direzione o nell'altra. Ci stiamo preparando.

Come vi vedete nei prossimi anni?

F.J.: Vogliamo continuare a operare in quella fascia di mercato che ci appartiene, senza abbandonare i nostri clienti: spesso grandi multinazionali, ma in Italia per lo più piccole e medie imprese a vocazione nazionale o europea. Sono questi nodi a determinare il futuro dello studio — non nei prossimi trent'anni, ma nei prossimi cinque. 🍷

© riproduzione riservata