

Le agenzie di comunicazione sempre più legate ai clienti storici, ma spesso su progetti spot

Comunicatori *legal*, la crisi cambia il rapporto con gli studi

Pagine a cura
di **GABRIELE VENTURA**

La comunicazione legale si fa anche a progetto. Con interventi specifici, da parte delle agenzie specializzate, su obiettivi definiti e delimitati: un'operazione di particolare importanza o delicatezza, come può essere il coinvolgimento dello studio in una determinata sentenza, oppure una aggregazione con un altro studio o altri interventi di comunicazione ad hoc.

Già, perché se da un lato per quanto riguarda il mercato della comunicazione legale, il 2015 è stato un anno di assestamento, dall'altro si sono sviluppate nuove forme di comunicazione più ritagliate sulle esigenze degli studi legali.

Così, nel 2015, il numero delle agenzie è cresciuto, mentre sono diminuiti, rispetto al 2014, i movimenti degli studi legali. E quei pochi hanno riguardato essenzialmente gli studi di piccole dimensioni, che evidentemente hanno definitivamente compreso l'importanza di «farsi vedere» sui media, online e sui social network.

Tra i «grandi», invece, hanno cambiato strategia di comunicazione, non rinnovando il contratto con la propria agenzia, solo **Pirola Pennuto Zei**, **Cms Adonnino Ascoli & Cavasola Scamoni** e **Ashurst**.

È quanto emerge, tra l'altro, dalla consueta inchiesta annuale di *AffariLegali-ItaliaOggi Sette* sulla comunicazione legale, giunta ormai alla sua quinta edizione.

A guidare il mercato sempre **Barabino & partner**, che se da un lato ha perso un cliente importante come Pirola Pennuto Zei, dall'altro ha acquisito, nell'ultimo anno, la comunicazione di sei nuovi studi,

tra i quali **Biscozzi Nobili**.

È all'insegna della continuità e delle fidelizzazioni l'attività di **Image Building**. «Il 2014 non è stato un anno di grandi cambiamenti nella comunicazione degli Studi legali», afferma **Giuliana Paoletti**, fondatrice e amministratore unico di Image Building, «piuttosto c'è stato un consolidamento dei trend delineati negli anni precedenti. In particolare mi riferisco al ruolo sempre più importante del web e dell'interattività, che influenza in modo crescente e positivo anche la quotidianità degli studi e il loro approccio alla comunicazione. Oggi gli studi legali hanno ormai metabolizzato quanto la comunicazione sia indispensabile e sono consapevoli che solo una comunicazione gestita da professionisti può portare del valore aggiunto oltretutto nuove opportunità al business». Pbv & partner, invece, ha registrato un ampio turn over nell'ultimo anno, perdendo da un lato la comunicazione di uno studio come Ashurst ma acquisendo, dall'altro, **Paul Hastig**. In più, l'agenzia segue **Fantozzi & associati** e **Taxand** su specifici progetti. «Come prevedibile la crisi ha drasticamente mutato l'atteggiamento del settore nei confronti della comunicazione», spiega il partner, **Francesco Bassini**, «Si è passati dal «devo assolutamente comunicare» a più ponderate considerazioni sulle strategie di medio lungo termine, sul rapporto costo benefici, sulla misurazione oggettiva dei risultati conseguiti e, soprattutto, sul benchmarking nei confronti dei propri concorrenti».

Tra i «grandi» movimenti dell'ultimo anno della comunicazione legale, inoltre, la **Sec** ha incorporato **Pms Group**, dando vita a **Sec &**

partner, dove è transitata anche la comunicazione di **Chiomenti** e **Delfino Wilkie Farr & Gallagher**. «Detto che l'm&a è ancora il settore trainante per l'attività di comunicazione», commenta **Giancarlo Frè**, partner e amministratore delegato, «anche tributario-fiscale e real estate stanno rapidamente crescendo in termini di interesse mediatico. Per quanto riguarda le richieste degli studi, al primo posto resta la gestione con i media, ma viene richiesta sempre più spesso anche una consulenza sulla corporate identity e l'organizzazione di eventi, convegni e seminari».

Giulia Picchi, founding partner di **Marketude** sottolinea come «più che verso l'esterno, l'evoluzione interessa la comunicazione interna. Noi stiamo lavorando sullo sviluppo di una metodologia nuova per aiutare i professionisti a scambiarsi rapidamente informazioni utili soprattutto in ottica business development nella speranza di riuscire finalmente a far loro fare cross-selling di più e meglio».

A parere di **Auro Palomba**, fondatore di **Community**, «il mercato legale sta vivendo una stagione di grande ripresa, assestandosi tuttavia su un contesto molto competitivo, con una decisa pressione sulle fee».

Mentre **Luca Vitale e associati**, oltre agli studi ormai consolidati, ha assistito per obiettivi precisi lo **studio Zonca Briolini Felli** nell'aggregazione con **R&P Legal** e lo **studio Spinazzi Azzarita Troi** di Padova in una specifica operazione. «Io vedo nuove opportunità nelle città più piccole e in questa direzione ci stiamo muovendo», afferma **Luca Vitale**,

fondatore dell'agenzia, «Diventa fondamentale essere flessibili per intercettare queste opportunità e cogliere le esigenze degli studi più piccoli, rispetto agli studi internazionali, ma che comunque seguono operazioni di

elevato livello professionale e alto valore economico, oppure hanno sviluppato competenze eccellenti in alcuni settori».

A parere di **Claudia Galetti**, senio vice president corporate and finance di

Edelman Italy, c'è «più attenzione alla qualità e al livello rispetto alla quantità. Bisogna quindi puntare su strategie molto mirate e tagliate su misura per ogni singolo studio».

I numeri della comunicazione legale

Valore del mercato legale	2 miliardi di euro				
Valore della comunicazione legale	50 milioni di euro				
Valore di un contratto annuale per la comunicazione di uno studio legale d'affari di medie dimensioni	40 mila euro				
Numero delle società attive nella comunicazione legale	2011	2012	2013	2014	2015
	17	19	18	19	22
Numero di studi legali con comunicazione esterna	58	69	69	68	73
Studi legali che hanno incaricato /lasciato l'agenzia di comunicazione	2013-2014		2014-2015		
	43		29		

Cosetti (Barabino): più investimenti sull'online

Gli studi legali devono investire sull'online. Per essere ben posizionati nei motori di ricerca attraverso la cura e l'aggiornamento del proprio sito corporate e la veicolizzazione dei contenuti attraverso i social network. Lo dice **Claudio Cosetti**, partner responsabile dell'area legal di **Barabino & partners**.

Domanda. Com'è cambiato il settore della comunicazione legale in quest'ultimo anno?

Risposta. Il settore ha continuato a crescere rafforzando il processo di consolidamento che ha caratterizzato gli ultimi anni. Alcuni fattori hanno favorito questo trend: la crescente consapevolezza del ruolo strategico della comunicazione, la frammentazione del mercato e la conseguente nascita di nuove sigle che hanno contribuito a innalzare il livello di competitività e il crescente interesse dimostrato dagli studi specializzati, in particolare nel fiscale e nel tributario.

D. Quali sono le prossime evoluzioni secondo il vostro punto di vista?

R. Credo che il corretto posizionamento di uno studio passi sempre di più dall'online. E quindi importante per lo studio investire in strumenti e strategie che lo posizionino correttamente nei motori di ricerca. Per fare questo sono importanti, *in primis* i siti corporate, che devono essere efficaci in ottica di indicizzazione e compatibili con il *mobile*, e poi i contenuti devono essere opportunamente valorizzati anche attraverso i social networks, come LinkedIn, Twitter, YouTube e Slideshares. Un tema rilevante è poi quello delle sinergie tra il corporate branding dello studio e il personal branding dei singoli partner.

D. Quali studi mostrano più interesse verso la comunicazione?

R. I grandi studi cercano di crescere nella qualità della comunicazione e negli strumenti utilizzati; i nuovi entranti investono per posizionarsi nel mercato obbligando gli studi già presenti ad investire ulteriormente per mantenere il proprio posizionamento.

Le società di comunicazione che danno voce agli studi legali

Società di comunicazione	Studi legali (Anno di incarico)	Studi legali in più (ultimi 12 mesi)	Studi legali in meno (ultimi 12 mesi)
Adhoc Communication	Cleary Gottlieb Steen & Hamilton (2008), Pedersoli e associati (2010)	0	0
Barabino & partner	Eversheds Bianchini (2013), Gattai Minoli & Partners (2012), Satta Romano e Associati (2011), Cicala Riccioni (2013), Bonelli Erede Pappalardo (1999), Baker & McKenzie (2007), King & Wood Mallesons (2011 come SJ Berwin), NCTM Studio Legale (2007), Di Tanno & Associati (2008), Nunziante Magrone (2008), STS Deloitte (2008), Giorgio Tarzia e Associati (2011), Scarselli (2011), FRS – Facchini Rossi e Soci (2011), Orsingher Ortu (2014), Studio MDBA (2014), Gf Legal (2014), Studio Campeis (2014), Zitiello e associati (2015), Biscozzi Nobili (2015), Miccinesi e associati (2015), Studio Persiani (2015)	6	1 (Pirola Pennuto Zei)
Brunswick	Dla Piper (2013)	0	0
Chpater4	Masotti & Berger (2013)	0	0
Gruppo Comar	Tonucci & partners (2012)	0	0
Close to Media	Lupi e associati (2014), Fratini e associati (2015)	1	0
Community	Gianni Origoni Grippo Cappelli & partner (2007)	0	0
Edelman	Allen & Overy (2010), HiLex (2014)	0	1 (Cms Adonnino Ascoli & Cavasola Scamoni)
Gpg Associati	Trevisan & Cuonzo (2005)	0	0
Image Building	Latham & Watkins (2011), Legance – Avvocati associati (2009), Lombardi Molinari Segni (2006), Toffoletto De Luca Tamajo e soci (2008)	0	0
I&C Servizi	Studio legale La Scala (2010)	0	0
Inc – Istituto nazionale per la comunicazione	R&P Legal (2011)	0	0

Le società di comunicazione che danno voce agli studi legali

Società di comunicazione	Studi legali (Anno di incarico)	Studi legali in più (ultimi 12 mesi)	Studi legali in meno (ultimi 12 mesi)
Luca Vitale e Associati	Jones Day (2006), Uniolex (2014)	0	0
Marketude	Roedl & partner (2010), Sla Osborne Clarke (2012), De Berti Jacchia Franchini Forlani (2012), Legalitax (2013), Jenny avvocati (2013), ArbLit Radicati di Brozolo - Sabatini (2013), Studio legale Manca (2010), NegroLex (2015), MM&Associati (2015)	2	0
My Pr	Daverio & Florio (2009)	0	0
Noesis	Clifford Chance (2013)	0	0
Pbv & partner	Shearman & Sterling (2012), Paul Hasting (2014), CBA Studio Legale e Tributario (2013), Cocuzza & Associati (2013), Mondini Rusconi (2009), Lambertini & Associati (2010), SFL Studio Legale Associato (2012), Studio Legale Borgna (2013), UPLex (2013), Studio Amiconi (2009), Corplegal Großmann Fadani & Partner (2014), Studio tributario Tognolo (2014)	2	9 (Ashurst, Carnelutti Napoli, Corrias Lucente, Studio Bressan, Lavagnini Goglio, MicaLex, PosLex, V&T Law, P&A Legal)
Sec & partners (alleanza Sec - Pms group)	Chiomenti (2007), Delfino Wilkie Farr & Gallagher (2002)	0	2 (Negri Clementi, Giacobuzzi)
TT&A	Simmons & Simmons (2011)	0	0
Twister	Gpa GiusPubblicisti Associati (2014)	1	0
Valletta RP	Studio legale Lombardo (2014), Zinghini, Studio tributario e del lavoro (2014), Studio legale Rovacchi Intagliata e associati (2014), Studio legale Marone&Ianni (2015), Fabio Ciani (avvocato di Tonucci & partners, 2015)	-	-
VerA	Studio legale Grimaldi (2014)	0	0

