

## Studi legali, la comunicazione si gioca al raddoppio

Di Gabriele Ventura



Per gli studi sempre in primo piano nelle operazioni che contano, con avvocati ormai «di casa» nelle stanze del potere, una agenzia specializzata nell'attività di media relation non basta più. Ne serve una dedicata al singolo dipartimento. È il caso di Bonelli Erede Pappalardo, ma anche di LabLaw, che hanno deciso di investire parte del budget dedicato a marketing e comunicazione per assoldare due società. Questa, secondo quanto emerge dalla ricognizione annuale di *AvvocatiOggi-ItaliaOggi Sette*, la novità più rilevante di questi ultimi 12 mesi di comunicazione legale. Un anno in

cui sono aumentate soprattutto le boutique che hanno scelto di esternalizzare l'attività di media relation affidandosi a un'agenzia specializzata. Tanto che, passati ormai sei anni dal decreto Bersani che ha di fatto «sdoganato» la pubblicità per le libere professioni, si può dire che il settore, se lo consideriamo dal lato delle società di «pr», fatica a decollare.

**Considerando i primi 100 studi legali per fatturato**, infatti, circa la metà sviluppa l'attività di marketing e relazione con i media affidandosi a **strutture interne**. E, soprattutto, le firm di grandi dimensioni che dal 2006 a oggi non si sono **mai affidate a un'agenzia specializzata** non hanno cambiato idea. Studi come Clifford Chance, Pavia e Ansaldo, Sutti, Lovells, Ls Lexjus Sinacta, Orrick, Macchi di Cellere Gangemi, preferiscono restare «in proprio». E così, per le agenzie c'è ancora un business da aggredire che vale almeno 25 milioni di euro (valutando in 50 milioni la torta della comunicazione legale). In questi 12 mesi sono cresciuti gli studi legali che hanno deciso di affidarsi a un'agenzia, da 58 a marzo 2011 ai 70 di oggi. Gli unici studi di una certa dimensione, però, sono Pedersoli e associati (Adhoc Communication), Cba studio legale tributario e Ernst & Young (Pbv & partner). È tornato alla comunicazione esterna, invece, Linklaters (Twister), il nuovo Negri-Clementi ha scelto Sec, Simmons&Simmons TT&A, mentre Freshfields è passato da Barabino & partner a Community.

\* *AvvocatiOggi* pubblica la mappa aggiornata delle società che si occupano della comunicazione delle law firm in Italia. Un mercato ancora aperto che vale circa 50 mln