

Affari Legali

IL PRIMO GIORNALE DEI PROFESSIONISTI DELLA GIUSTIZIA

*Web reputation,
è Gianni l'avvocato
più noto in rete*

da pag. 23

Osservatorio Reputation Manager-Be Media/Affari Legali: i legali si aprono a Internet

Web reputation, è Gianni l'avvocato più noto in rete

Al secondo posto c'è Santilli e al terzo Noseda

Pagine a cura
di LUIGI DELL'OLIO

Francesco Gianni è l'avvocato d'affari con la migliore reputazione online. Il dato emerge da una ricerca condotta in esclusiva dalle società *Reputation Manager e Be Media per Affari Legali - ItaliaOggi Sette*. Un'analisi, condotta semestralmente sull'immagine dei grandi studi sul Web, che a partire da questo numero si arricchisce anche di un approfondimento sui nomi più in vista dei vari studi.

Il campo di analisi. Le due società hanno analizzato tutto ciò che su Internet si dice di nove grandi nomi dell'avvocatura d'affari. Ciascuno di loro è stato valutato secondo un punteggio che va da 0 a 10, considerando quattro macro-aree che definiscono i contorni della reputazione online: l'immagine percepita (che tiene conto di indicatori come suggest, ricerche correlate, foto e video); la presenza enciclopedica (in termini quantitativi e per la presenza di riferimenti positivi o lesivi dell'immagine); la presenza nel mondo del Web 1.0 (dalle news alle menzioni, agli aggiornamenti); infine la presenza nel Web 2.0 (blog e social).

Il numero uno di *Gianni Orioni Grippo Cappelli & Partners* è in vetta con 4,9 punti grazie alla frequente presenza del suo nome sui media (sia generalisti, che di settore), all'aggiornamento costante del

profilo LinkedIn e alla riconosciuta abilità (evidenziata sui giornali online) nelle transazioni commerciali tra Italia e Cina. Del resto, proprio Gop, un anno dopo aver aperto l'ufficio di Hong Kong, ha di recente annunciato l'alleanza con i cinesi di *Han Kun*, studi composto da un centinaio di avvocati sparsi tra le sedi di

Pechino, Shanghai e la stessa Hong Kong. L'obiettivo è chiaro: sfruttare il crescente interesse dei capitali cinesi verso l'Italia, favorito dalla ritrovata stabilità politica nel nostro Paese e dalla possibilità di fare shopping a prezzi contenuti rispetto ad altri Stati dell'Ue. Gianni ha già seguito diverse operazioni lungo questa direttrice nell'ultimo anno, dall'ingresso di Shanghai Electric in Ansaldo Energia all'acquisizione del 35% di Cdp Reti da parte di State Grid e attualmente affianca il broker Bee Taechaubol, thailandese, ma con capitali cinesi alle spalle, nel tentativo di acquistare il Milan. Al secondo posto si piazza *Gianluca Santilli di LexJus Sinacta* (4,7 punti), che aggiunge alla visibilità derivante dalla sua attività professionale - legata soprattutto ai campi immobiliare, della finanza straordinaria e societario - quella derivante dalle numerose responsabilità in ambito ciclistico, sport di cui è un grande appassionato. Già procuratore federale, attualmente Santilli è responsabile nazionale settore

Amatoriale della *Federazione Ciclistica Italiana* e membro della commissione Mass Participation Events dell'Unione Ciclistica Internazionale.

Gianni e Santilli fanno il vuoto, con *Vittorio Noseda* a chiudere il podio, ma molto distante (3,7). Al partner di *Nctm* viene riconosciuta grande abilità nel districarsi tra i vari settori legali e la sua immagine sul Web esce rafforzata dall'iniziativa «Nctm e l'arte» che sta portando lo studio a collezionare opere d'arte di autori noti ed emergenti, come Carlos Garaicoa, Salvatore Arancio, Claudia Losi e Kiki Smith. Una dimostrazione di come anche le attività non strettamente professionali possano aiutare a promuovere l'immagine degli studi nei confronti della clientela aziendale.

Un po' a sorpresa si ferma al quarto posto *Sergio Erede* (3,6 punti), socio fondatore di *Bonelli Erede Pappalardo*, spesso citato dai media per il suo ruolo chiave all'interno di partite decisive per l'economia e la finanza italiana. Basti pensare all'assistenza alla ga-



lassia Benetton nella cessione della maggioranza di World Duty Free agli svizzeri di Dufry e al lavoro al fianco di Alitalia in occasione dell'ingresso nel capitale da parte di Etihad. Sulla sua immagine online pesa tuttavia la condanna per il crac Parmalat.

La top five dei professionisti è chiusa da **Michele Carpinelli di Chiomenti** (3,5 punti), il cui nome è spesso associato sul Web a commenti positivi per la capacità di districarsi nelle partite finanziarie più complicate, come quelle che riguardano il riassetto della Fininvest (di cui è consulente di fiducia sin dagli anni Novanta, quando si ipotizzava la cessione del Biscione a Rupert Murdoch) e il matrimonio tra *La Stampa* e *Il Secolo XIX*. Resta da capire se il risultato è stato limitato dalla scelta, comune a tutti i professionisti dello studio Chiomenti, di non diffondere le loro foto.

Al sesto posto si piazza un altro nome storico dell'avvocatura d'affari come **Giuseppe Lombardi** (3,1), fondatore di **Lombardi Molinari Segni**, di cui viene riconosciuta la versatilità e la grande regia nell'opera di risanamento dell'area Falck a Sesto San Giovanni. Di lui viene ricordato anche il lavoro svolto accanto a Sandro Bondi in Parmalat (soprattutto nel contenzioso con le banche) e l'affiancamento a Marco Tronchetti Provera nel braccio di ferro tra Pirelli e famiglia Malacalza per il controllo di Camfin.

Al settimo posto si piazza **Roberto Zanchi** (2,9 punti), managing partner di **Pavia Ansaldo**, che precede **Luigi Arturo Bianchi** (2,8), name partner di **d'Urso Gatti e Bianchi**, e **Angelo Rocco Bonisani** (2,3), fondatore di **Cba**.

«Ad eccezione di alcuni casi evidenziati in questa ricerca, emerge un evidente disinteresse per la propria reputazione online da parte degli avvocati, solitamente molto attenti al network di relazioni e alla loro reputazione «tradizionale», commenta **Alberto Murer**, partner di **Be Media**. E aggiunge: «Nel mondo anglosassone sta crescendo da anni l'attenzione dei professionisti per la gestione e la cura della propria reputazione sul web, anche perché, spesso, sono proprio le informazioni negative e fuorvianti a rimanere indelebili e in evidenza su Google. Diventando così il «bi-

glietto» di presentazione digitale che per primo verrà visto dai potenziali clienti».

«La reputazione è un ecosistema, formato da diverse componenti che però hanno un peso diverso», spiega **Andrea Barchiesi**, ceo di **Reputation Manager**. «È un sistema che si costruisce nel tempo, portatore di valori (o disvalori) che si sedimentano nella percezione collettiva e che sono alla base della sua identità. Per questo l'immagine di professionisti e executive può essere compromessa per molto tempo da cronache passate che permangono on line nonostante non siano l'unica caratteristica del personaggio. Ecco perché è fondamentale avere una presenza attiva e aggiornata, in modo da dare sempre un'immagine coerente al proprio profilo attuale».

Gli studi italiani sono indietro

Dla Piper, Orrick e l'accoppiata **Clifford Chance-Eversheds**. Il podio degli studi legali con la migliore reputazione online parla straniero. Da sempre abili a curare i rapporti personali e aziendali ai massimi livelli, gli studi italiani non hanno fin qui investito con convinzione sulle potenzialità di Internet. Commettendo probabilmente un errore se si considera che l'epoca dei salotti sta volgendo al termine e oggi i grandi mandati sono soprattutto legati a operazioni cross-boarder, laddove la rete di contatti conta fino a un certo punto, affiancata dalla dimostrazione di un track-record importante che non può prescindere dai nuovi strumenti di comunicazione.

Del resto, l'indagine di **Mergermarket** relativa alle operazioni di m&a nel primo trimestre (si veda *Affari Legali* del 4 maggio scorso) rivela la presenza di due soli studi italiani nella Top 20 europea: si tratta di **Gianni Origoni** e **d'Urso Gatti Bianchi**, rispettivamente 16esimo e 19esimo.

La classifica

Nella classifica della migliore web reputation si classifica, al primo posto **Dla Piper** con 8,1 punti, un decimale in più rispetto alla rilevazione dello scorso dicembre. Segue a distanza **Orrick** con 6,8 punti, quindi - a 6,6 punti - si trovano appaiati **Clifford Chance** ed **Eversheds**. La

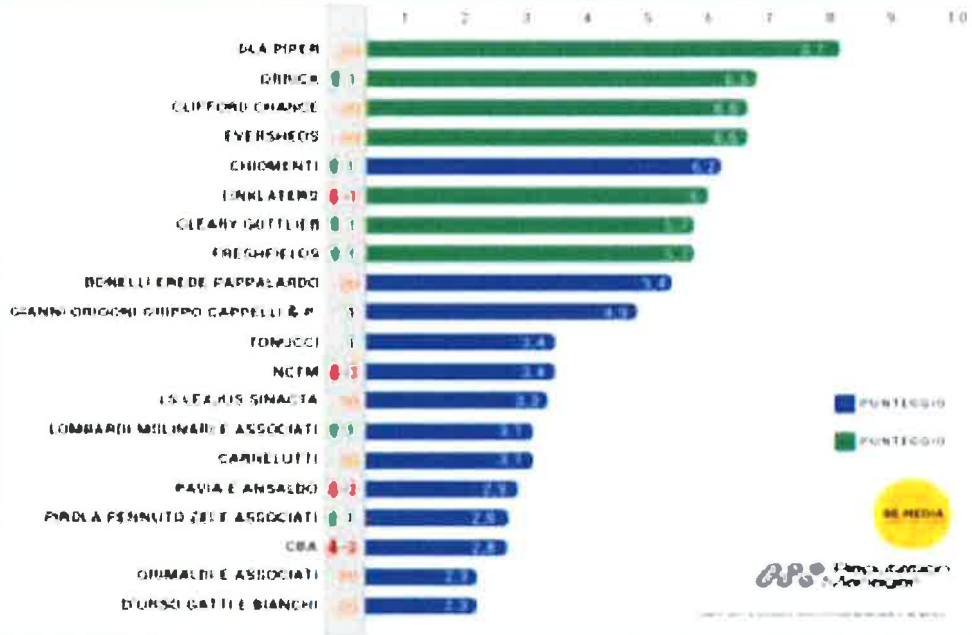
prima presenza italiana è solo al quinto posto con **Chiomenti**, che totalizza 6,2 punti e precede di due decimali **Linklaters**. Al settimo posto risultano appaiati **Cleary Gottlieb e Freshfields** (5,7), con **Bonelli Erede Pappalardo** al nono posto (5,4) e **Gianni Origoni Grippo Capelli & Partners** a chiudere la top ten con 4,9 punti.

Molto staccati tutti gli altri, a partire da **Tonucci e Nctm** (entrambi ottengono 3,4 punti), per proseguire con **LexJus Sinacta** (3,3) e il duo **Lombardi Molinari e associati** e **Carnelutti** (3,1). **Pavia e Ansaldo** si piazza al 16esimo posto con 2,9 punti, davanti a **Pirola Pennuto Zei e Cba** (2,8). In coda **Grimaldi e associati** e **d'Urso Gatti e Bianchi**, che non vanno al di là di 2,3 punti. «L'immagine istituzionale, la presenza e l'attività sui social sono gli aspetti sui quali si registra il maggior vantaggio degli studi internazionali presenti nel nostro Paese rispetto a quelli di matrice italiana», commenta Barchiesi. «I loro siti Web sempre aggiornati è ricchi di contenuti. Rispetto alle precedenti rilevazioni va sottolineato in particolare il progresso di Linklaters nella frequenza di aggiornamento delle news nel sito istituzionale». In generale i contenuti on line riguardano casi e operazioni di successo degli studi, oltre che eventi e iniziative di csr che questi sponsorizzano. «Per quanto riguarda la presenza 2.0 invece si rileva un lieve ma generale calo: in particolare Eversheds e Clifford Chance fanno registrare pochi contenuti nuovi all'interno dei blog e un calo di volumi nelle mention», aggiunge l'esperto.

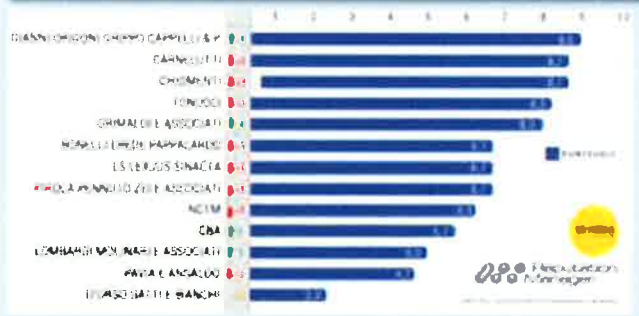
Quanto agli italiani, «migliora la presenza istituzionale di alcuni studi, in particolare **Gop e Grimaldi**, che hanno incrementato l'aggiornamento della sezione news nel sito», sottolinea Murer. «**Bep e Chiomenti** sono gli unici ad avere una pagina dedicata su Wikipedia, dove reperire informazioni sulla storia dello studio, anche se i casi rilevanti citati risultano un po' datati o assenti. Si segnala che **Nctm**, nella scorsa rilevazione presente su Wikipedia, non ha più la pagina attiva».

Murer sottolinea qualche progresso degli italiani sui social, «in particolare su Twitter, con **LexJus Sinacta e **Pirola Pennuto Zei** che aggiornano quotidianamente».**

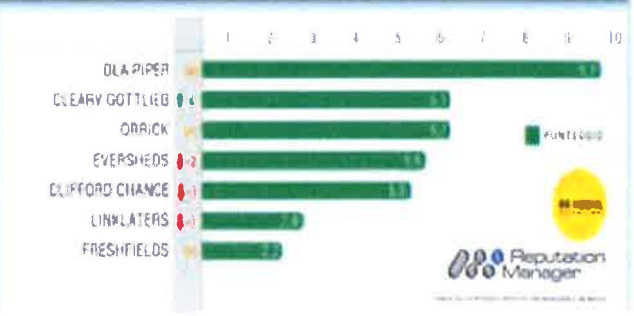
La reputation on line degli studi legali: DLA Piper guida la classifica globale



Presenza istituzionale - Raffronto tra gli studi italiani e le law firm straniere che operano in Italia



Presenza Web 2.0 - Raffronto tra gli studi italiani e le law firm straniere che operano in Italia



La classifica degli avvocati con la miglior reputazione on line

