

Rassegna del 20/05/2013

INTERNET

20/05/2013	Italia Oggi Sette	1	Avvocati Oggi - Avvocati e rete, esserci ha un valore economico	...	1
20/05/2013	Italia Oggi Sette	1	Avvocati Oggi - Studi legali bocciati sul web: poca cura alla reputazione - Web reputation, studi legali italiani rimandati	Lui Duilio	3
20/05/2013	Italia Oggi Sette	2	Avvocati Oggi - Studi legali e web, poca cura alla reputazione online	Lui Duilio	4

Avvocati Oggi

IL PRIMO GIORNALE DEI PROFESSIONISTI DELLA GIUSTIZIA

Avvocati e rete, esserci ha un valore economico

DI ROBERTO MILIACCA

La reputazione online degli studi legali italiani non coincide con la loro reputazione «fisica». È sicuramente questo il dato più evidente che emerge dalla lettura dei dati della prima edizione dell'Osservatorio *AvvocatiOggi/Reputation Manager* sulla «reputazione online» dei 13 maggiori studi legali italiani per volumi d'affari e per fatturato nel 2011 (cioè, in ordine alfabetico, *Bonelli Erede Pappalardo, Carnelutti, Cba, Chiomenti, d'Urso Gatti e Bianchi, Gianni Origoni Grippo Cappelli e partner, Grimaldi e associati, Lombardi Molinari e associati, Ls Lexjus Sinacta, Nctm, Pavia e Ansaldo, Pirola Pennuto Zei e Associati, Tonucci & Partners*).

Non che gli studi Chiomenti, Bonelli Erede Pappalardo e Nctm, risultati primi nella classifica globale di questa prima edizione dell'Osservatorio, non siano tra i primi, con le loro specializzazioni, anche sul mercato «reale» dei servizi legali. Ma di certo, per esempio, questi tre studi non sono altrettanto primi nell'utilizzo degli strumenti del web 2.0, cioè dei social network, dei blog o dei forum di discussione, nei quali primeggiano invece lo stesso Chiomenti, insieme a Gianni Origoni Grippo Cappelli e partner, Grimaldi e associati e Tonucci.

Insomma, si può dire che gli studi legali d'affari italiani, pur non essendo all'anno zero della presenza su Internet, non hanno però fatto finora molto per cercare di utilizzare la rete per essere più «attraenti». Al di là di realizzare siti vetrina più o meno belli e soprattutto aggiornati, mettendo dentro i curriculum e le foto degli avvocati (in questo Chiomenti, Gianni Origoni Grippo Cappelli & Partners, Ls Lexjus Sinacta e Pavia Ansaldo hanno ottenuto il punteggio più elevato), infatti, gli studi italiani non sembrano aver fatto molto per cercare di intercettare la domanda di servizi legali qualificati che passa ormai anche attraverso la rete. Molti avvocati credono che lo storico rapporto fiduciario con il cliente possa essere loro sufficiente per restare sul mercato anche in futuro, senza però capire che la rete, volenti o nolenti, va avanti trascinandoli dentro attraverso dinamiche e meccanismi che avrebbero bisogno di essere costantemente monitorati. È il caso, per esempio, delle notizie che transitano su internet attraverso i social network (*Facebook* e *Twitter*, per primi): se non si conoscono e si utilizzano al meglio questi strumenti si può rischiare di esserne «travolti». La tabella «Presenza web 1.0», per esempio, registra quanti e quali studi sono stati i più citati o menzionati, nell'ultimo anno, nelle notizie che sono apparse sul web. A primeggiare anche in questa classifica ci sono Chiomenti e Bonelli Erede Pappalardo, sicuramente per le operazioni che hanno seguito, ma, in alcuni casi, anche per la presenza di loro soci in vari consigli di amministrazione o per le vicende giudiziarie di qualcuno dei loro partner. Quindi, si presenti, ma con notizie «reputazionali» positive e/o negative. Per non parlare di quello che emerge dalla cosiddetta presenza enciclopedica in rete dei professionisti. Che è *tranchant*: se si cerca su *Wikipedia* quanti sono gli studi italiani di cui si parla, ce ne sono solo tre: Bonelli Erede Pappalardo,



Chiomenti e Nctm. Degli altri 10 studi che rientrano nel panel dell'Osservatorio *AvvocatiOggi/Reputation Manager*, invece, nessuna traccia. Un bigliettino da visita un po' scarso, insomma, per confrontarsi con il mondo.

Un paio di valutazioni conclusive sono d'obbligo. La prima: la reputazione online degli studi inizia a diventare un tema chiave per i professionisti del settore legal. Molte law firm italiane hanno già affrontato il tema e hanno deciso di portare dentro le proprie strutture degli uomini di marketing che si dovranno occupare di monitorare la rete e di indirizzare, per quanto possibile, le informazioni. Un approccio molto anglosassone al tema, insomma, perchè si sta iniziando a capire che tra non molto tutto, o quasi, passerà solo dalla rete, e buona parte delle decisioni assunte dalle aziende saranno sempre più influenzate da quello che appare su internet, sia in senso positivo che negativo.

La seconda valutazione, invece, è economica. Al momento è difficile interpretare, da quello che si è «scoperto» esplorando la rete, quale sia la relazione tra la reputazione on line di uno studio e il suo volume d'affari, cioè quale e quanta incidenza può avere su un fatturato una buona o una pessima reputation su internet. Questo sarà oggetto di ulteriori approfondimenti che *AvvocatiOggi*, assieme a *Reputation Manager* e *Be Media* vogliono fare nei prossimi mesi attraverso il proprio Osservatorio. Siamo convinti che un'iniziativa di questo tipo possa fare da pungolo per l'innovazione, non solo tecnologica, ma anche di comunicazione, per gli studi legali. Perchè siamo certi che questa della reputation sarà una delle partite chiave su cui si giocherà la concorrenza nel settore legale dei prossimi anni, o meglio, nei prossimi mesi. Perchè il tempo della rete è molto più breve e veloce di quello dell'orologio.

Avvocati Oggi

IL PRIMO GIORNALE DEI PROFESSIONISTI DELLA GIUSTIZIA

**Avvocati
Oggi**

*Studi legali bocciati
sul web: poca cura
alla reputazione*

da pag. 29

**Web reputation, studi
legali italiani rimandati**

Solo tre dei maggiori studi italiani raggiungono la sufficienza per l'attenzione alla presenza in rete. Emerge dalla prima edizione dell'Osservatorio AvvocatiOggi-Reputation Manager

alle pagg. I, II e III

OSSERVATORIO AVVOCATIOGGI-REPUTATION MANAGER. Solo tre dei maggiori studi legali raggiungono la sufficienza per l'attenzione alla presenza in rete

Web reputation studi italiani rimandati

DI DUILIO LUI

Abituati all'impostazione classica della professione, che ha spinto per decenni ad attendere presso lo studio i clienti, gli avvocati d'affari italiani (molti, ma non tutti per fortuna) non si sono accorti della rivoluzione che si stava attuando con il web. Con il risultato che, se da una parte non hanno lesinato investimenti relativi alle sedi «fisiche», scegliendo location di prestigio, situate nelle zone centrali delle principali città italiane e dotate di ogni comfort, dall'altra hanno trascurato l'importanza della presenza «virtuale».

I siti internet sono la norma ormai tra le realtà del settore, ma l'aggiornamento non è sempre continuo e anche la presenza di una pagina su Wikipedia appare come un inutile orpello. Per non parlare degli strumenti del Web 2.0, in molti casi ritenuti luoghi di chiacchiericcio, ma scarsamente battuti con finalità di promozione del brand e ricerca di nuovi clienti. Con la conseguenza di trascurare anche il dibattito su forum e chat, anche quando le discussioni prendevano una piega negativa per l'immagine dello studio.

Un atteggiamento che emerge chiaramente dall'Osservatorio curato per *ItaliaOggi Sette-AvvocatiOggi* dalla società *Reputation Manager*, che mette in luce ritardi e sfide per il futuro, promuovendo appena tre studi sui tredici passati al setaccio. Uno studio che offre numerosi elementi di riflessione, considerato che è interesse di tutti gli addetti ai lavori invertire la tendenza per ridurre la distanza dal tessuto di piccole imprese che da sempre guardano con una certa diffidenza ai grandi studi, in primo luogo per l'inaccessibilità delle parcelle. E che oggi, invece, possono riavvicinarsi proprio grazie ai nuovi canali di comunicazione e alla maggiore flessibilità dei professionisti alla luce della crisi.

—© Riproduzione riservata—



Avvocati Oggi

IL PRIMO GIORNALE DEI PROFESSIONISTI DELLA GIUSTIZIA

I risultati dell'Osservatorio AvvocatiOggi/Reputation Manager sulle law firm italiane

Studi legali e web, poca cura alla reputazione online

Pagine a cura
di **DUILIO LUI**

I grandi studi legali a matrice italiana sono ancora poco attenti alla propria reputazione. Se nel corso degli anni è cresciuta la loro attenzione verso il mondo della comunicazione (come mostra l'inchiesta pubblicata su *AvvocatiOggi* il 6 maggio scorso), spesso si continuano a privilegiare tecniche e canali tradizionali, dimenticando il fenomeno dirompente del Web 2.0, evidentemente ritenuto (a torto) ancora marginale.

Analizzate 50mila fonti

Le società milanesi *Reputation Manager* e *Be Media*, specializzate in analisi e consulenza sulla reputazione online, hanno curato uno studio ad hoc per *ItaliaOggi Sette-AvvocatiOggi* passando al setaccio tutto ciò che su Internet si dice dei 13 maggiori studi legali italiani per volume d'affari, cioè *Bonelli Erede Pappalardo*; *Carnelutti*; *Chiomenti*; *Cba*; *D'Urso Gatti e Bianchi*; *Gianni Orioni Grippo Cappelli e partner*; *Grimaldi e associati*; *Lombardi Molinari e associati*; *Ls Lexjus Sinacta*; *Pavia e Ansaldo*; *Pirola Pennuto Zei e associati*; *Nctm* e *Tonucci*.

Reputation Manager e *Be Media*, società specializzate rispettivamente in analisi e ingegneria reputazionale e in comunicazione d'impresa, hanno messo a punto un metodo di valutazione basato su una scala da 1 a 100, rappre-

sentato da 15 voci, racchiuse in quattro macro-aree: presenza istituzionale (design, usabilità, ricchezza informativa, ranking e authority del dominio, frequenza di aggiornamento del sito web); presenza enciclopedica (presenza, estensione e casi rilevanti citati da *Wikipedia*), presenza Web 1.0 (presenza nelle news e nei titoli, numero totale di citazioni, presenza nei social network e presenza di articoli o citazioni lesive) e presenza Web 2.0 (volume di presenza nei blog, forum, canali di

opinione 2.0 e presenza lesività). «Si tratta delle principali modalità di presenza sul Web», spiega l'amministratore delegato di Reputation Manager, **Andrea Barchiesi**. «Al lavoro quantitativo, si è affiancato anche uno qualitativo, che ha penalizzato le citazioni negative sulla Rete, premiando all'opposto quelle positive tra le 20 mila fonti passate al setaccio».

Tre soli studi sopra la sufficienza

Il quadro che emerge è tendenzialmente negativo, con tre soli studi che superano quota 60, quindi la sufficienza. Si tratta di grandi realtà

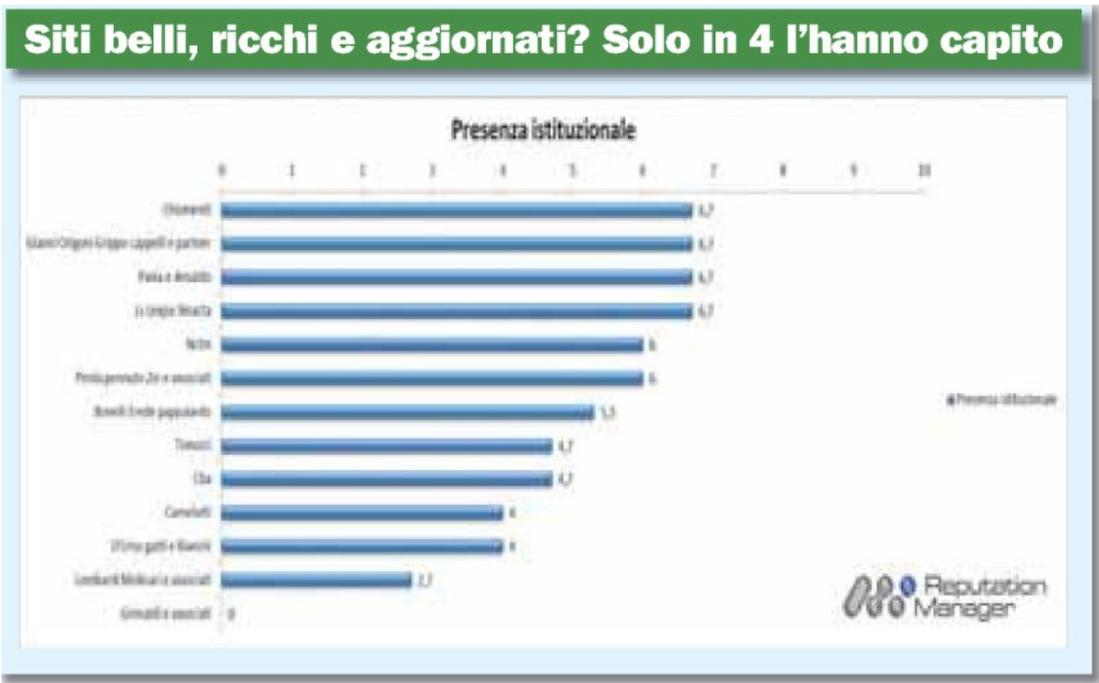
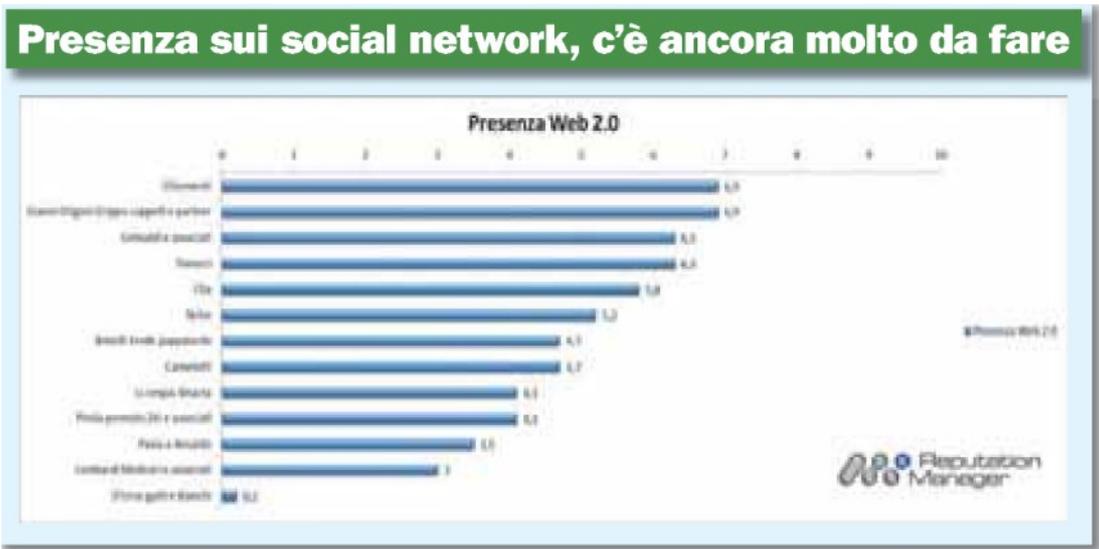
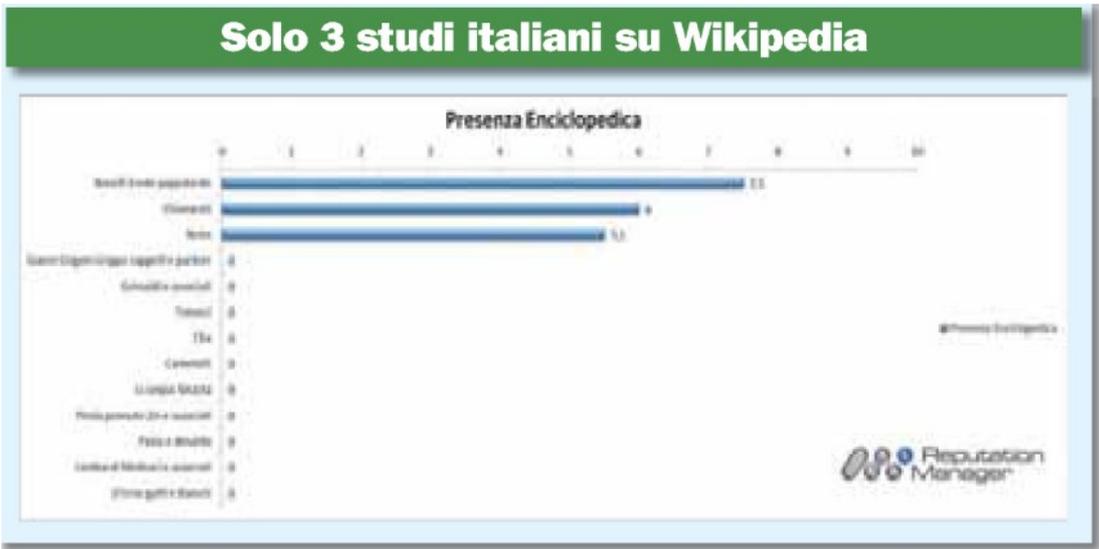
del panorama legale italiano come *Chiomenti* (prima con 73 punti), *Bonelli Erede Pappalardo* (piazza d'onore con 71 punti) e *Nctm* (66). Restano ai piedi del podio *Gianni Orioni Grippo Cappelli e partner* (46), seguito a breve distanza da *Tonucci* (44) e *Carnelutti* (41). Tutti gli altri studi si piazzano ampiamente sotto la sufficienza, con *Cba* a quota 39 punti, davanti *LS Lexjus Sinacta* e *Pavia e Ansaldo* (appaiati a 37) e *Lombardi Molinari e Associati* a chiudere la top ten (34).

In coda arrancano *Grimaldi e Associati* e *Pirola Pennuto Zei* (entrambi a 31), con *d'Urso Gatti e Bianchi* a chiudere (22). Proprio la posizione di coda risulterà sorprendente per alcuni, considerato che stiamo parlando di uno studio di frequente impegnato in grandi operazioni straordinarie, spesso citato nelle classifiche internazionali sull'm&a. Eppure pesa evidentemente la limitata esposizione sul canale Internet.

Wikipedia, questo sconosciuto

A ben guardare, non ci vorrebbe molto per recuperare posizioni, almeno in merito ad alcuni indicatori. Basti pensa-







Andrea Barchiesi



Alberto Murer