

Source: Italia Oggi
Country: Italy
Media: Printed

Author: G ABRIELE V
ENTURA
Date: 2018/06/04
Pages: 34 - 36

Readership: 119,000
Ave € 107,100
Pages Occuped 3.0



Clifford Chance è lo studio che ha scalato la classifica

Origoni Grippo Cappelli & partner, che scende dal podio perdendo due posizioni, **Orrick, DLA Piper, Netm, Linklaters, Carrelutti, Tonucci & partners, Pivata Pennuto Zeli e associati, Ls Lexjus Si-nacta, Lombardi Segni e associati**, che perde ben

quattro posizioni rispetto allo scorso anno. Tra le prime dieci posizioni troviamo cinque studi legali italiani e cinque internazionali.

I risultati. In generale, dall'analisi emerge che i più attivi sui social si dimostrano anche quest'anno

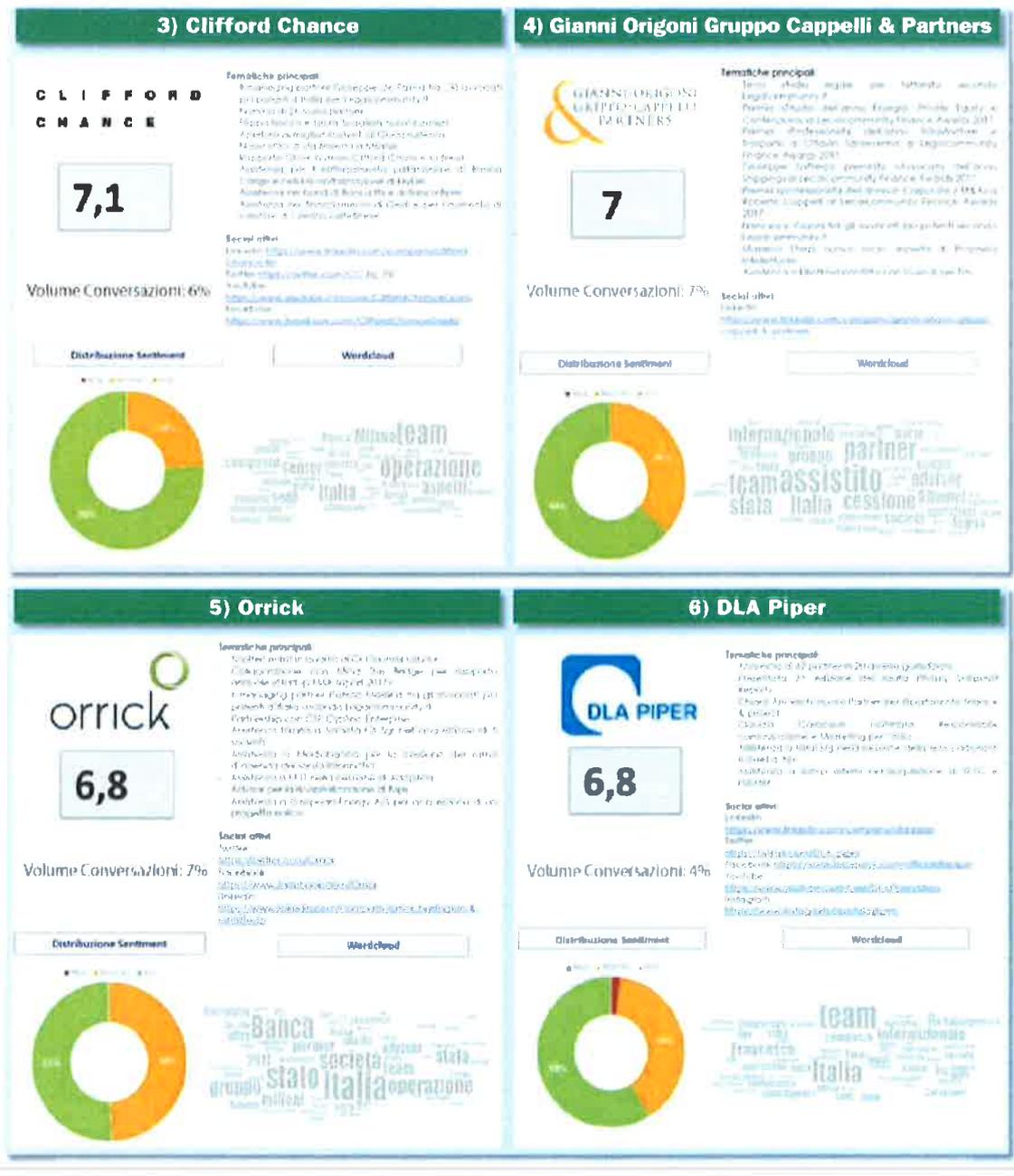
gli studi internazionali, che contano tutti almeno tre canali. La stessa tendenza si riscontra su Wikipedia, dove sono presenti tutti gli studi internazionali e ben pochi di quelli italiani. La più alta concentrazione di conversazioni si registra all'interno di portali temati-

ci (34,5%) e testate giornalistiche (33,3%). Ed è proprio nei portali tematici che si concentra anche la maggiore percentuale di positività (70%).

I commenti. -Mentre fino a qualche tempo fa la differenza tra italiani e internazionali consisteva nel

presidiare o meno il mondo social, con gli studi italiani che in molti casi non erano affatto presenti», afferma **Andren Barchiesi**, ceo di **Reputation Manager**, «oggi il divario è più in termini di articolazione della presenza».

continua a pag. IV



Newspaper metadata:

Source: Italia Oggi Author: G ABRIELE V ENTURA
 Country: Italy Date: 2018/06/04
 Media: Printed Pages: 34 - 36

Media Evaluation:

Readership: 119,000
 Ave € 107,100
 Pages Occuped 3.0



Una strategia multicanale produce i suoi effetti

«Gli studi legali internazionali», prosegue Barchiesi, «hanno una strategia multicanale, con quattro o cinque profili social attivi, che comprendono anche Instagram e YouTube. Gli studi italiani invece, fatta eccezione per *Netm* che conta ben cinque canali attivi, non vanno oltre i due canali essendo tutti presenti su LinkedIn, e solo in qualche caso anche su Twitter o Facebook».

«Quello di presidiare solo alcuni canali non è sempre un limite, anzi può essere una precisa scelta», continua Barchiesi, «l'importante è che la presenza sia curata e costante e soprattutto che ci sia comunque un'attività di monitoraggio e verifica sui canali non presidiati: un profilo fake fa sicuramente molti più danni di un poco aggiornato».

Alberto Murer, partner di *BeMedia*, commenta invece i movimenti in classifica nel corso degli ultimi tre anni, rilevando «una tendenza positiva per gli studi legali italiani e una tendenza costante o in decrescita per gli studi internazionali. Si può quindi parlare di una rimonta degli studi italiani. Gli studi con una web reputation in crescita, nel trien-

nio, sono Chiomenti, Bonelli Errede, Pavin e Ansaldo e Gop».

© Riproduzione riservata

Supplemento a cura di **ROBERTO MILIACCA** rmiliacca@class.it e **GIANNI MACHEDA** gmacheda@class.it

<h3>7) Dentons</h3> <p>6,7</p> <p>Volume Conversazioni: 6%</p>	<h3>8) Nctm</h3> <p>6,7</p> <p>Volume Conversazioni: 7%</p>
<h3>9) Linklaters</h3> <p>6,6</p> <p>Volume Conversazioni: 7%</p>	<h3>10) Pavia e Ansaldo</h3> <p>6,0</p> <p>Volume Conversazioni: 7%</p>

