

Il 2012 risente delle scelte di contenimento dei costi. Ma le boutique scalpitano per esserci

Comunicazione legale, gli studi restano fedeli ai loro pr

Pagine a cura
DI GABRIELE VENTURA

Nel mercato della comunicazione legale si muovono solo le boutique. I grandi studi sembrano infatti avere ormai raggiunto l'equilibrio: chi aveva esternalizzato l'attività di *media relation* ha confermato la propria scelta, così come chi da sempre è affezionato al modello «interno» non ha cambiato idea. Così, a quasi sette anni dal decreto Bersani del 2006, che di fatto ha sdoganato l'attività di comunicazione, marketing e relazione con i media anche per gli avvocati, negli ultimi 12 mesi, per la prima volta, non si sono registrati grandi movimenti nel portafoglio clienti delle agenzie di comunicazione. Tutt'altro discorso, invece, per quanto riguarda i piccoli studi, che stanno ricercando ancora l'equilibrio nel campo della comunicazione, che sia l'agenzia «di fiducia» o la risorsa interna tutto fare.

È quanto emerge dalla ricognizione annuale di *AvvocatiOggi-ItaliaOggi Sette*, che ha fotografato l'evoluzione del settore della comunicazione legale da maggio 2012 (data della precedente inchiesta sul settore) a oggi. Un business che però, dal lato delle società di «pr», se già l'anno scorso faticava a decollare, a maggior ragione quest'anno, con la crisi, ha subito un ulteriore assestamento.

I grandi studi legali che restano ancora sul mercato, come *Clifford Chance*, *Pavia e Ansaldo*, *Hogan Lovells*, *Ls Lexjus Sinacta*, *Orrick, Sutti, Macchi di Cellere Gangemi*, continuano a preferire la gestione «interna». E così, per le agenzie resta un business da aggredire che vale almeno 25 milioni di euro (valutando in 50 milioni la torta della comunicazione legale e tenendo presente che tra i primi 100 studi la metà è ancora a gestione interna). Ma vediamo le principali novità di quest'anno e i commenti

degli addetti ai lavori.

I movimenti del 2013

Tra i movimenti più rilevanti del 2013 c'è il passaggio di *Eversheds Bianchini* da **Pbv & partner** a **Barabino & partner**, agenzia che mantiene salda la sua leadership dal punto di vista del portafoglio clienti. L'agenzia guidata da **Luca Barabino**, infatti, ha aggiunto, rispetto al 2012, la gestione della comunicazione di **Gattai, Minoli & partner**, **Cilio & partner**, **Satta Romano e associati**, **Cicala Riccioni**. Ha perso invece, tra i propri clienti, **Calmetta avvocati, De Viti e associati** e **Ferrante law firm**.

Restano stabili le altre grandi agenzie come **Community**, che segue sempre **Gianni Origoni Grippo Cappelli & partner** e **Freshfields e Pms group**, con **Chiomenti**, **Dla Piper**, lo **studio Cardia e Delfino e associati Willkie Farr & Gallagher**. Mentre **Image Building** perde la comunicazione di **De Berti Jacchia Franchini Forlani**, che è passata a **Marketude**.

Il bilancio 2012 dei pr

Secondo le agenzie di comunicazione la novità più rilevante di questi ultimi 12 mesi, dal punto di vista dell'attività di *media relation*, è la sempre maggiore attenzione, da parte degli studi legali, ai social network.

Secondo **Giancarlo Frè**, vicepresidente di **Pms**, infatti, «i social network rappresentano anche per gli studi legali una novità. Più che altro, per ora, si tratta di una estensione tecnologica degli strumenti comunicativi, grazie ai quali alla brochure su carta patinata si aggiunge il sito internet e la pagina sui social network. Ma a mio avviso, i mezzi tradizionali restano ancora gli strumenti ideali di comunicazione per gli studi che puntano sulla qualità della reputazione, perché sono gli unici che consentono di raggiungere ancora un target selezionato, composto da interlocutori abituati a scelte meditate e concrete».

Anche **Auro Palomba**, presidente di **Community**,



Giuliana Paoletti



Giancarlo Frè

Who's who della comunicazione legal

Società di comunicazione	Studi legali
Adhoc Communication	Cleary Gottlieb Steen & Hamilton, Pedersoli e associati
Barabino & partner	Eversheds Bianchini, Gattai, Minoli&Partners, Cilio&Partners, Satta Romano e Associati, Cicala Riccioni, Barzanò&Zanardo, Bonelli Erede Pappalardo, Baker&McKenzie, Sj Berwin, NCTM, Pirola Pennuto Zei e Associati, Di Tanno e Associati, Nunziante Magrone, Sts Deloitte, LabLaw, Lipani, Giorgio Tarzia e Associati, Scarselli, Facchini Rossi Scaroni
Community	Gianni Origoni Grippo Cappelli & partner, Freshfields
Conca Delachi	Ennio Magri e associati, Masotti & Berger
Edelman	Allen & Overy, Cms Adonnino Ascoli & Cavasola Scamoni
Gpg associati	Trevisan & Cuonzo
Image Building	Latham & Watkins, Legance, Lombardi Molinari e associati, Toffoletto De Luca Tamajo e soci
Inc - Istituto nazionale per la comunicazione	R&P Legal
Luca Vitale associati	Jones Day, LabLaw
Marketude	Avvocati associati Franzosi Dal Negro Setti, De Berti Jacchia Franchini Forlani, Massimo Frontoni avvocati, Jenny & partner, Legalitax, Pasquinelli Saltini Gualmini, Petruzzelli studio legale, SLA Osborne Clarke, Roedl & partner
Pbv & partner	Ashurst, Studio Bressan, Butti & Partners, Carnelutti, Cocuzza & Associati, CBA Studio Legale e Tributario, Fantozzi & Associati, Feltrinelli Broggi, Lambertini & Associati, KL Gates, Mondini Rusconi, Maschietto Maggiore, Plenum Consulting, Raniero & Associati, SFL Group, Shearman & Sterling, Studio Amiconi, P&A Legal
Pms Group	Chiomenti, Dla Piper, Studio Cardia, Delfino e Associati Willkie Farr & Gallagher
Rosso&Spriano corporate communication	Stelè Perelli studio legale
Sec relazioni pubbliche e istituzionali	Negri-Clementi studio legale associato
TT&A	Simmons & Simmons
Twister Communications Group	Giliberti Pappalettera Tricornia e associati, Linklaters, White & Case

Fonte: Elaborazione *AvvocatiOggi/ItaliaOggi Sette*

I numeri della comunicazione legale

Valore del mercato legale	2 miliardi di euro		
Valore della comunicazione legale	50 milioni di euro		
Valore medio di un contratto annuale	40-50 mila euro		
	2011	2012	2013
Numero di società attive nella comunicazione legale	17	19	15
Numero di studi legali con comunicazione esterna	58	69	69

Supplemento a cura
di ROBERTO MILIACCA
rmiliacca@class.it