

SOCIAL REPUBLIC

Studi legali alla carica su internet. Dai siti ufficiali, la comunicazione istituzionale si posta sulle reti. Ecco le insegne più seguite. E come si fa a capire se la loro strategia web sia efficace o no...

di nicola di molfetta
e vito varesano



Esserci o non esserci? Sotto la lente del Centro Ricerche di *Legalcommunity.it*, stavolta, ci sono gli studi legali d'affari al tempo dei social network. L'analisi, svolta per *MAG*, risponde chiaramente a questa domanda dal tono shakespeariano. La presenza social per le law firm di ogni ordine e grado è oramai un fatto imperativo. Anche in Italia. In particolare, la ricognizione è partita dai profili o dalle pagine delle law firm presenti nella Best50 dei fatturati, uscita nel [numero 121 di MAG](#), e si è concentrata sulle quattro reti sociali più importanti del web. Si tratta di LinkedIn, Twitter, Facebook e Instagram (decisamente il social del momento) per i quali sono stati presi in esame solo i profili pensati per l'utenza italiana.

Ormai il web è una realtà parallela il cui presidio è fondamentale tanto quanto quello del mercato

reale. E allora diventa necessario gestire in maniera efficace la propria presenza online, sviluppando vere e proprie competenze editoriali. Programmando la pubblicazione dei contenuti legati all'attività dello studio. Puntando su informazioni che consentano alla propria organizzazione di costruire un'identità virtuale capace di rispecchiare nella maniera più autentica la propria identità istituzionale.

SU LINKEDIN? PIENO DI FOLLOWER PER BONELLIEREDE

Il campione preso in esame conta in tutto 34 insegne. Come detto restano fuori gli studi internazionali che non hanno pagine social espressamente dedicate al pubblico italiano, le pagine aziendali che non sono

DI CHE SOCIAL SEI? Presenza degli studi legali nelle diverse reti sociali



100%

LinkedIn



41%

Twitter



23,5%

Facebook



20%

Instagram

Fonte: Centro Ricerche Legalcommunity.it

dedicate allo studio legale (nel caso delle Big 4) e gli studi che non rientrano nella Best 50.

L'analisi è stata del tutto empirica. Ci siamo messi nei panni di chi può cercare uno studio su queste piattaforme e abbiamo provato a vedere cosa accadeva. Il giorno in cui è stata effettuata questa rilevazione è stato il 30 maggio 2019.

Le 34 realtà prese in esame sono tutte presenti su LinkedIn che si conferma il social preferito dagli studi legali. Pensato per il mondo professionale, LinkedIn è la comfort zone delle law firm.

In base ai dati rilevati lo scorso 30 maggio, la pagina con il maggior numero di follower su LinkedIn è quella di BonelliErede che ne conta quasi 35mila. Seguono Gianni Origoni Grippo Cappelli & Partners con 18.738 e Chiomenti con 15.167. Completano il gruppo degli studi con più di 10mila follower su LinkedIn: Nctm, La Scala, Rödl & Partner e Bernoni Grant Thornton.

Per gli operatori del business, LinkedIn si dimostra una vetrina decisamente molto "trafficata". Per la stragrande maggioranza dei profili analizzati, se andassimo a ripetere la rilevazione oggi, riscontreremmo una sensibile crescita del numero dei follower.

DLA PIPER RE DEI TWEET

Su Twitter, habitat naturale degli opinion leader di tutti i generi, troviamo invece il 41% circa degli studi presi in esame. In testa, la pagina italiana

di Dla Piper con 1.733 follower. Seguono Nctm (1.678) e Trifirò & Partners (1.263). Tra i big italiani, oltre a Nctm si misurano col popolo dei cinguettii soltanto Chiomenti (759) e Legance (250). Tra gli internazionali, invece, oltre al già citato Dla Piper, tra i più seguiti ci sono Orrick (699) e Linklaters (411).

Questo social è molto impegnativo. I tweet servono prevalentemente a esprimere opinioni. E le pagine istituzionali difficilmente funzionano. Almeno sul fronte business. Molto più efficaci risultano i profili personali degli avvocati che, non in pochi casi, superano di gran lunga quelli dei loro studi.

Tra le star di Twitter (su cui non abbiamo svolto un'indagine apposita ma che frequentiamo da follower) ci sono professionisti del calibro di **Alessandro De Nicola** di Orrick (con più di 18mila follower), **Giulio Coraggio** di Dla Piper (11.800 follower), **Giuseppe La Scala** dell'omonima Stapa (con oltre 10.800 follower), **Claudia Parzani** di Linklaters (4mila e passa seguaci).

SOLO UNO SU TRE

PRESENTE SU FACEBOOK

Il re dei social diventa cenerentolo quando si parla di studi legali d'affari. Parliamo ovviamente di Facebook. È la rete considerata più adatta allo svago oltre che per sbirciare con discrezione negli affari degli altri (non solo in senso economico ovviamente). Tuttavia, ci sono diverse insegne che



I PIÙ SEGUITI *LinkedIn*

STUDIO LEGALE		Follower al 30/05/19
1	BonelliErede	34901
2	Gianni Origoni Grippo Cappelli	18738
3	Chiomenti	15167
4	NCTM	12807
5	La Scala	12014
6	Rödl & Partner	10645
7	Bernoni Grant Thornton	10095
8	Legance	9123
9	Pirola Pennuto Zei	9114
10	Carnelutti Studio Legale	6080
11	PwC TLS Avvocati e Commercialisti	4861
12	Tonucci & Partners	4844
13	Gattai Minoli Agostinelli	4812
14	Toffoletto De Luca Tamajo	4660
15	Pedersoli Studio Legale	4407
16	Maisto e Associati	4217
17	R&P Legal	3069
18	Baker Mckenzie	3063
19	Pavia e Ansaldo	2993
20	Russo De Rosa	2524
21	CMS	2455
22	Grimaldi Studio Legale	2272
23	LS LexJus Sinacta	2079
24	Macchi di Cellere Gangemi	1722
25	Lombardi Segni	1721
26	Deloitte Legal Italia	1336
27	Ludovici & Partners	1255
28	Gitti & Partners	943
29	Sutti	903
30	Gatti Pavesi Bianchi	880
31	Linklaters	873
32	Eversheds Sutherland	749
33	Trifirò & Partners	574
34	Grande Stevens	415

Fonte: Centro Ricerche Legalcommunity.it

presidiano anche il regno virtuale fondato da **Mark Zuckerberg**. Tra quelle con più “amici” ci sono lo studio Sutti (4.217), La Scala (2.122) e BonelliErede (1.414). A proposito di BonelliErede è curioso notare che la pagina dello studio, pur essendo una pagina ufficiale e brandizzata, non viene di fatto utilizzata. Va detto che non si tratta di un caso isolato. Stessa cosa accade per esempio nel caso della pagina di Gatti Pavesi Bianchi. Da segnalare, invece, la presenza su Facebook di Grande Stevens che sia qui che su LinkedIn ha scelto di essere attivo con una pagina che rimanda alla sua organizzazione internazionale.

LA FRONTIERA DI INSTAGRAM

E poi c'è Instagram. Il social delle immagini e delle stories attira anche gli studi legali. O almeno alcuni pionieri che, però, ne hanno intuito la capacità di supportare le politiche di brand.

Tra gli studi del campione preso in esame è BonelliErede quello che conta il maggior numero di follower (1.225). A tale proposito va osservato che, lo studio presieduto da **Stefano Simontacchi** qui usa un linguaggio “giovane” e a tratti divertente con foto più disinvolte e originali, utilizzando la pagina Instagram per raccontare la vita e le attività delle persone che lavorano per l'organizzazione (#BonelliEredepeople) in Europa, Africa e Medio Oriente, all'interno ma anche all'esterno della law firm. Lo studio ha promosso la saga #notordinarylawyers, con la quale ha deciso di raccontare le passioni dei professionisti al di fuori della loro vita lavorativa. Tre i principali obiettivi di questa strategia su Instagram: creazione di brand awareness, attrazione di nuovi talenti e sviluppo del senso di appartenenza.

UNA QUESTIONE DI VITALITÀ

Ma i follower non sono tutto. Anzi. Per capire se e quanto la presenza social di uno studio sia utilizzata con sapienza da uno studio legale bisogna analizzare e valutare anche la sua vitalità. Cosa significa? Che una pagina dormiente, ovvero una pagina che viene aggiornata saltuariamente e senza una “linea editoriale” definita, rischia di essere più controproducente che altro.

Tra i profili più attivi vanno segnalati quelli di PwC TLS Avvocati e Commercialisti su LinkedIn e il Twitter di NCTM.



I PIÙ SEGUITI *Twitter*

STUDIO LEGALE		Follower al 30/05/19
1	Dla Piper	1733
2	NCTM	1678
3	Trifirò & Partners	1263
4	La Scala	908
5	Chiomenti	759
6	Orrick	699
7	Pirola Pennuto Zei	535
8	LS LexJus Sinacta	517
9	Linklaters	411
10	Legance	250
11	R&P Legal	122
12	Tonucci & Partners	84
13	Gitti & Partners	57
14	Grimaldi Studio Legale	35

Fonte: Centro Ricerche Legalcommunity.it



I PIÙ SEGUITI *Instagram*

STUDIO LEGALE		Follower al 30/05/19
1	BonelliErede	1225
2	Sutti	426
3	La Scala	362
4	NCTM	300
5	Grimaldi Studio Legale	90

Fonte: Centro Ricerche Legalcommunity.it

Oltre a seguito e vitalità del profilo è fondamentale anche la capacità di engagement, ovvero di coinvolgimento del pubblico e di creazione di una community. Questa la si può misurare tramite le reaction e i commenti degli utenti ai contenuti pubblicati dall'azienda. E qui, dall'osservazione effettuata dal Centro Ricerche di *Legalcommunity* per *MAG*, è emerso un dato interessante. Il profilo con più capacità di engagement è risultato l'Instagram di BonelliErede, seguito dal profilo LinkedIn dello stesso studio e dal LinkedIn di Gop. In generale, è emerso che i profili Instagram hanno sempre una buona capacità di engagement. Sarà questa piattaforma, allora, il prossimo territorio di conquista delle law firm? Di sicuro la supremazia dell'immagine sulla parola sta investendo anche la strategia comunicativa degli studi legali d'affari. Instagram, poi, con la sua sezione IGTV, dedicata ai video, si appresta a diventare anche un competitor dei social media come Youtube e Vimeo, altro avamposto comunicativo nel quale alcune law firm si sono già avventurate. ▣



I PIÙ SEGUITI *Facebook*

STUDIO LEGALE		Follower al 30/05/19
1	Sutti	4217
2	La Scala	2122
3	BonelliErede	1414
4	R&P Legal	708
5	NCTM	579
6	Pirola Pennuto Zei	470
7	Gatti Pavesi Bianchi	71
8	Grande Stevens	52

Fonte: Centro Ricerche Legalcommunity.it