

Professionisti

Dalla parte degli influencer

«Quando ho iniziato a dedicarmi al diritto del web e alle questioni connesse all'utilizzo dei social ero conscia di percorrere un settore ancora inesplorato, privo di regolamentazione specifica. Ma era una sfida appassionante e per me il miglior

banco di prova per creare una nuova pratica operativa. Milano è una città che dà occasioni a tutti, l'importante è gestire una nicchia». Sfida vinta quella dell'avvocata **Alberta Antonucci** (nella foto), fondatrice e managing partner dello studio legale *On the web side*, che fornisce assistenza e consulenza per le attività e i diritti sul web, mentre con il brand *On the influencer side* assiste gli imprenditori digitali. «Ho iniziato seguendo alcuni youtuber agli esordi tra contatti e contratti di influencer marketing», racconta. Dopo 12 anni di attività la sua clientela è composta principalmente da influencer, artisti e aziende. «Gli influencer hanno bisogno di un buon supporto legale per la registrazione del marchio, per la proprietà intellettuale, per la tutela degli accordi con le aziende. La mia missione è mettere nero su bianco l'attività, pareggiare le responsabilità, difenderli dagli hate speech...», elenca Antonucci, che si occupa anche di casi di revenge porn, cyberstalking e di cyberbullismo. Capace di fiutare prima degli altri i movimenti della Rete, Antonucci è passata dal web2 al web3. «Per riuscire a essere più efficiente ho aperto due società con Marco Pissarello (ingegnere elettronico) e

Niccolò Bevacqua (sviluppatore e creatore di servizi blockchain): *Smartxchange*, che sviluppa progetti con tecnologie digitali in base alle specifiche richieste dei clienti, e *Radvoon*, che offre servizi digitali modulari. «Non sono mai stata una professionista tradizionale. Ho scelto un comparto del mercato battuto da pochi e ho l'obbligo di aggiornarmi e rimanere al passo con le nuove frontiere del digitale che coinvolgono tutti gli operatori del web e, di conseguenza, i miei clienti», dichiara Antonucci, attiva anche nel settore degli Nft, i token non fungibili. «Come studio siamo in grado di creare una piattaforma completa per la gestione degli Nft. Oppure possiamo fornire piattaforme per commercializzarli: io mi occupo della parte legale, i miei ingegneri traducono il tutto in algoritmi». Dall'inizio dell'attività a oggi il team di *Smartxchange* ha già gestito la creazione e lo scambio di oltre 50mila Nft. Nel frattempo, l'avvocata dell'influencer si è lasciata tentare da Instagram. «Ho aperto il mio profilo per raccontare che la legge esiste anche nel web, che, ricordiamolo, non è il Far west dove tutto è concesso». Antonucci ha anche scritto un libro, *La maleducazione digitale*, per sensibilizzare soprattutto i minorenni sull'utilizzo corretto dei social network.



► e circa 3mila collaboratori e un libro pubblicato da Gribaud e Greco si è affermato come il divulgatore della giurisprudenza italiana, conquistando clienti italiani e stranieri, dagli Usa all'Australia. Dopo un'esperienza in Rai, è approdato su YouTube. «È stata la svolta del mio brand, che da business è diventato personal», afferma. Perché per vincere sul web «bisogna metterci la faccia, dedicare tempo allo storyboard, farsi capire e ispirare fiducia». Nel continuo tentativo di innovare, l'avvocato per tutti ha lanciato su YouTube un nuovo progetto, *La costituzione italiana spiegata ai giovani*, articolo per articolo, che entro l'anno dovrebbe arrivare nelle scuole italiane insieme con un libro edito dal gruppo Feltrinelli.

Una battaglia dietro ogni diritto

Su Instagram è *AvvoCathy*, l'avvocata che si batte contro l'hate speech, insignita del Good Lobby Award 2019 per la categoria pro-bono, un premio per la campagna «Odiare ti costa» e un libro, *Nessuna causa è persa* (Mondadori). Per Cathy La Torre, oltre 610mila follower, specializzata in diritto antidiscriminatorio, tutela della privacy e cyberlaw, attivista e politica, tutti devono «avere accessibilità al diritto. E il social è un buon canale per stimolare la consapevolezza». Anche lei ha rinunciato al legalese, mossa che ha funzionato: l'engagement del suo profilo, 7,49, stacca di

3 punti quello di Chiara Ferragni (dato al 27 marzo 2022). Un punto di forza che *AvvoCathy* usa per combattere le discriminazioni, in primis quelle sull'orientamento sessuale.

L'importanza della cittadinanza

«Realizziamo sogni bellissimi». Susanna Angela Tosi è capace di trasformare in poesia un argomento complesso come quello del riconoscimento della cittadinanza italiana. Quando si è affacciata sui social l'ha fatto scegliendo un nome che era una dichiarazione d'intenti: *Avvocatocittadinanza*. «I colleghi continuavano a ripetermi che occuparmi di diritto dell'immigrazione era come vendere l'acqua agli eschimesi. Io, però, ero mossa dalla volontà di aiutare chi era stato costretto ad abbandonare il proprio Paese e a ricominciare da zero in una terra diversa». Oggi è la prima avvocatessa specializzata nell'assistenza legale agli stranieri che desiderano ottenere la cittadinanza italiana. La sua pagina Facebook ha dietro uno studio legale, con sedi a Roma e Milano, e un team di 18 persone, tra avvocati, consulenti e interpreti che parlano arabo, cinese, filippino, russo e indiano. «Quello che mi rende orgogliosa è che alcune sentenze dei miei casi sono diventate oggetto di pubblicazioni di settore, contribuendo a creare nuovi orientamenti in materia di immigrazione nei tribunali italiani». ■

(©riproduzione riservata)



■ Salvatore Cappai, esperto di diritto civile, con particolare riguardo alle materie della tutela degli animali.

L'importanza di essere Social



■ Massimiliano Dona, avvocato, docente universitario e presidente dell'Unione nazionale consumatori.



■ Cathy La Torre, sui social AvvoCathy, specializzata in diritti fondamentali, antidiscriminatorio, privacy e nuove tecnologie.



Sono pionieri dei nuovi diritti e digital entrepreneur. I law genuinfluencer rappresentano il capitolo 4.0 dell'assistenza legale | di **Lucia Gabriela Benenati**

L'ultimo (per ora) capitolo dell'assistenza legale ai tempi dei social è quello dei law influencer: digitano, ergo comunicano. Una scelta strategica: in Italia, ogni giorno, accedono ai social media più di 41 milioni di persone. In pratica, onlife ci sono i professionisti 4.0 più proiettati al futuro. Lo hanno compreso bene gli avvocati americani star di TikTok Anthony Barbutto, 2 milioni di follower, e Brad Shear, 1,1 milioni, tra i primi a basare la loro comunicazione su un racconto leggero ma efficace della professione legale. Più che influencer, in Italia gli avvocati

sono genuinfluencer: genuini perché non sponsorizzano beni, ma condividono le proprie competenze in uno o più specifici ambiti del diritto. Uno stile distintivo, insomma, che unito alla scelta del linguaggio semplice e alla capacità di parlare di temi vicini ai follower ne ha caratterizzato e migliorato il personal branding. *Capital* ha individuato i law genuinfluencer che più si sono distinti negli ultimi anni, tutti portatori di prospettive non convenzionali e testimoni di una società che cambia e che pone sfide nuove a cui si rende necessario rispondere anche uscendo dai binari della tradizione.

Professionisti



■ Susanna Angela Tosi, specializzata in diritto dell'immigrazione, Avvocatocittadinanza sui social.



■ Angelo Greco, competenze nell'ambito civile, fiscale e della tutela dei patrimoni, dirige *La legge per tutti*.

A tutela di uomini e... animali

Con i suoi quasi 350mila follower, Salvatore Cappai è il più giovane avvocato genuinfluencer del web. Classe 1985, sassarese, specializzato nell'assistenza legale societaria, nel giro di pochi anni è riuscito a creare una community che ha superato i confini della sua isola e ha raggiunto ogni regione d'Italia. Il merito va al rapporto di fiducia che ha saputo costruire con i suoi lettori e a un approccio ai mezzi social che definisce empatico. «Non mi piace la definizione di influencer: quando ho creato la mia community le persone hanno capito subito che non ero interes-

sato all'aspetto promozionale, ma a quello divulgativo. Oltre ad assistere le aziende, mi occupo di responsabilità civile, che comprende tutto ciò che riguarda il risarcimento, dall'infortunistica stradale alla colpa medica. Temi che hanno grande seguito». A far aumentare in maniera esponenziale il numero dei follower, però, è stato il suo amore per Gaia, la cagnolina che lo segue dai tempi dell'università, e l'impegno in prima linea nella tutela degli animali. «È la materia più frazionata nel diritto e spesso bisogna districarsi tra norme locali, regionali, nazionali...», osserva Cappai, che ormai partecipa come ospite a numerose trasmissioni televisive dedicate ai migliori amici dell'uomo. «Il mio obiettivo non è solo quello di tutelare gli animali, ma anche di responsabilizzare le persone su questo tema», conclude l'avvocato digitale, che adesso punta a «investire maggiormente nella gestione dei canali online per cogliere tutte le opportunità».

Dalla parte dei consumatori

Quasi 190mila follower su TikTok, podcaster con *Nessun problema* su *Consumatori.it* e pioniere di ClubHouse con la sua room quotidiana *Consumer Talks*, in cui discetta di consumi, marketing e innovazione. Massimiliano Dona è un avvocato digitale per vocazione, ma prima ancora è presidente dell'Unione nazionale consumatori, docente dei master di diritto privato europeo e diritto commerciale internazionale alla Sapienza di Roma e commendatore al merito della Repubblica Italiana. Cresciuto «a pane e consumatori, mio padre si occupava di questi argomenti fin dagli anni 50», precisa, su TikTok tratta ed educa, «soprattutto i giovani», su diversi temi, dal carsharing alle mozzarelle. «È un social perfetto per restare in ascolto di quel che accade nel quotidiano dei consumatori per cogliere prima di altri le disfunzioni del mercato e studiare contromisure», spiega Dona, che sta lavorando al prossimo progetto di problem solving. «Il digitale ci consente di chiedere aiuto ad assistenti virtuali in molti settori, ma non sempre risolve i problemi quotidiani. Io sono alla ricerca di uno strumento ad hoc che consenta ai consumatori di difendersi nello stesso momento in cui ne hanno bisogno».

La legge chiara per tutti

Dal 2008 dirige *La legge per tutti*, dodicesimo sito più influente d'Italia con un milione di impression al giorno, e i suoi profili social contano numeri invidiabili: 675mila follower su Facebook, 632mila su YouTube, 190mila su Instagram e 338mila su TikTok. Angelo Greco è più di un avvocato social, è un imprenditore digitale capace di cavalcare i mutamenti del web grazie alla comprensione degli algoritmi di Google e alla sentiment analysis. «Avendo insegnato per molti anni, ho sempre condiviso il principio che le conoscenze devono essere alla portata di tutti. Studiando le metriche di Google ho scoperto che il lessico legale non coincideva con quello usato nel linguaggio colloquiale, e quindi nei motori di ricerca. Per esempio, gli avvocati utilizzano il termine prescrizione, ma le persone cercano scadenza». L'idea vincente di Greco è stata di tradurre la legge con parole semplici e chiare. «Quando ho creato il sito ho scelto un linguaggio user oriented per essere compreso da tutti. I colleghi, però, mi hanno accusato di volgarizzare il diritto», rivela. Nel tempo, quel sito è diventato una testata giornalistica registrata, con uno staff che attualmente conta sei dipendenti ►►