

L'ATLANTE dei BRAND LEGALI

Quinto capitolo del viaggio intrapreso da MAG attraverso la storia delle principali insegne del diritto degli affari attive in Italia. In questa puntata, riflettori puntati sulle boutique

di nicola di molfetta



FANTOZZI & ASSOCIATI

Si tratta di una delle più blasonate tax boutique attive nel mercato. Fondata dal professor **Augusto Fantozzi**, continua a operare (dopo la sua dipartita) grazie all'attività dei suoi soci. Nel 2018 lo studio ha iniziato a curare la comunicazione e le relazioni con i media, affidando la gestione delle media relations a **Federica Fantozzi** (giornalista professionista e comunicatrice) e dei social network all'agenzia The Skill (nella persona di **Giovanni Cioffi**). L'uso della Rete come principale mezzo di comunicazione, l'utilizzo dei social come fonte di scambio di informazioni giuridiche, scambio di contatti professionali e occasione di studio ed approfondimento, ma anche una presenza qualificata sulla "stampa tradizionale" hanno contraddistinto gli anni di start up di questa esperienza. Tutti i sette soci sono coinvolti e impegnati nella comunicazione. L'avvocato **Francesco Giuliani** è il responsabile di riferimento della politica di branding. Con l'avvio della partnership con lo studio Lombardi commercialisti & avvocati di Firenze, nel brand è comparsa anche la dicitura "with Lombardi".

IERI E OGGI

OGGI

FANTOZZI & ASSOCIATI
STUDIO LEGALE TRIBUTARIO

IERI

FANTOZZI & ASSOCIATI
STUDIO LEGALE TRIBUTARIO
WITH STUDIO LOMBARDI



FRANCESCO GIULIANI