

RASSEGNA STAMPA
COMIN AND PARTNERS FESTEGGIA 10 ANNI

24 ottobre 2024

AGENZIE



24 ottobre 2024

10 anni di COMIN & Partners, il fatturato supera i 16 milioni

Maxi evento a Roma per celebrare i 10 anni della società (ANSA) - ROMA, 24 OTT - COMIN & Partners compie dieci anni, e celebra il suo modello di comunicazione integrata con un maxi evento al Palazzo delle Esposizioni di Roma. La società, nata nel 2014 e guidata da Gianluca COMIN, Elena Di Giovanni, Gianluca Giansante, Lelio Alfonso e Federico Fabretti conta oggi su un team di oltre 80 giovani, tra Roma e Milano, e un fatturato che negli ultimi cinque anni ha registrato un tasso annuo di crescita del 17,30% per attestarsi oggi a oltre 16 milioni di euro. La società conta ora anche un Academy, lanciata per formare giovani talenti e ha stretto alleanze con Must & Partners e No Com, aprendosi così ai mercati di Bruxelles, Parigi e Madrid e con Avventura Urbana, per i processi di gestione del consenso e i dibattiti pubblici. I progetti ideati da COMIN & Partners spaziano in diversi ambiti, da Scenario Italia, il bollettino settimanale di approfondimento su istituzioni e politica, a Comprendere, la rivista quadrimestrale coordinata dal professor Giulio Sapelli e diretta da Lelio Alfonso; dalla collaborazione con KPI6, che ha portato all'elaborazione di indagini sulla reputazione digitale dei maggiori brand del lusso e non solo, alla collaborazione con Factanza Media, tra le piattaforme online più influenti. Ma anche il Forum in Masseria con Bruno Vespa e il progetto "We belong to Sustainability", lanciato nel luglio 2021 in collaborazione con Open Impact e Obiettivo Cinque per integrare i valori ESG all'interno dei servizi offerti alle aziende. (ANSA).

IMPRESE: COMIN & PARTNERS FESTEGGIA 10 ANNI =

NAZ IMPRESE: COMIN & PARTNERS FESTEGGIA 10 ANNI = Innovazione e formazione per nuovo modello comunicazione integrata Roma, 24 ott. (Adnkronos) - Dieci anni di sfide, creatività e crescita professionale, per affermare e sperimentare un nuovo modello di comunicazione in grado di coniugare competenze strategiche, specialistiche e innovative nella gestione della reputazione. Questo il percorso, e la mission, di COMIN & Partners, la società di consulenza strategica nata nel 2014 e guidata da Gianluca COMIN, Elena Di Giovanni, Gianluca Giansante, Lelio Alfonso e Federico Fabretti. Cinque soci, cinque percorsi diversi, uniti da una visione condivisa fondata su un approccio integrato, necessario per mettere le esigenze del cliente al centro dell'analisi del panorama politico, sociale ed economico. Per festeggiare questo importante compleanno si sono ritrovati ieri sera al Palazzo delle Esposizioni in tantissimi: autorità, collaboratori di oggi e del passato, clienti e amici dei diversi mondi che quotidianamente intrecciano le proprie relazioni con quelle della società leader in questo settore cruciale della consulenza per chi opera sia nel privato sia nel pubblico. La serata è stata orchestrata dall'attore e showman televisivo Neri Marcorè, che ha presentato i diversi momenti della festa e intervistato i soci di COMIN & Partners su aneddoti del passato ma anche sulle prospettive future della società. Con un team di oltre 80 dipendenti, la cui età media è 32 anni, e un fatturato che negli ultimi cinque anni ha registrato un tasso annuo di crescita del 17,30% per attestarsi oggi a oltre 16 milioni di euro, COMIN & Partners ha anticipato le esigenze di un contesto in continua evoluzione, ampliando le proprie aree di interesse e investendo sulla formazione delle nuove generazioni, come testimonia l'Academy, lanciata per formare giovani talenti. Oltre a consolidare la sua leadership in Italia, a Roma e Milano (dove è presente dal 2019), la società ha stretto alleanze con Must & Partners e No Com, aprendosi così ai mercati di Bruxelles, Parigi e Madrid e con Avventura Urbana, per i processi di gestione del consenso e i dibattiti pubblici. I progetti ideati da COMIN & Partners spaziano in diversi ambiti: da Scenario Italia, il bollettino settimanale di approfondimento su istituzioni e politica, a Comprendere, la rivista quadrimestrale coordinata dal professor Giulio Sapelli e diretta da Lelio Alfonso; dalla collaborazione con KPI6, che ha portato all'elaborazione di indagini sulla reputazione digitale dei maggiori brand del lusso e non solo, alla collaborazione con Factanza Media, tra le piattaforme online più influenti. Ma anche il Forum in Masseria con Bruno Vespa, da quattro anni uno degli appuntamenti più attesi dai politici, dalle istituzioni e dalla stampa italiana. Senza dimenticare la sostenibilità, da sempre un pilastro del pensiero strategico di COMIN & Partners, come dimostra il progetto "We belong to Sustainability", lanciato nel luglio 2021 in collaborazione con Open Impact e Obiettivo Cinque per integrare i valori Esg all'interno dei servizi offerti alle aziende: dai bilanci di sostenibilità al percorso di accompagnamento alla certificazione di parità. "Il nostro coraggio risiede, innanzitutto, nella capacità di adattarci alle nuove sfide, presenti e future, e di comprendere gli orizzonti di un contesto sempre più complesso e interconnesso, qual è il mondo della comunicazione e delle relazioni istituzionali, caratterizzati da nuovi strumenti digitali e dinamiche globali", ha sottolineato Gianluca COMIN, presidente di COMIN & Partners, dando il benvenuto alla festa del decennale. (segue) (Eca/Adnkronos)

IMPRESA: COMIN & PARTNERS FESTEGGIA 10 ANNI (2) =

IMPRESA: COMIN & PARTNERS FESTEGGIA 10 ANNI (2) = (Adnkronos) - "In questi dieci anni - ha sottolineato ancora - siamo riusciti ad anticipare le trasformazioni, mantenendo sempre al centro l'innovazione e l'eccellenza nel servire i clienti. Lo abbiamo fatto puntando su ragazze e ragazzi giovani che ogni giorno contribuiscono a plasmare, con determinazione ed entusiasmo, il futuro del nostro mestiere. La curiosità e l'attenzione verso ogni aspetto della società ci ha portati ad essere leader nella gestione del crisis management, consapevoli che da una crisi aziendale può nascere un'opportunità, come una maggiore consapevolezza della necessità di aggiornare strumenti e processi per stare al passo di un mondo che cambia". Il nostro segreto, ha affermato Elena Di Giovanni, vicepresidente di COMIN & Partners, "è nell'essere riusciti a fare squadra con persone appassionate come noi e nell'aver sempre tenuto un atteggiamento ricettivo nei confronti delle novità anche in un settore, come quello della cultura, che aveva bisogno di un rinnovamento nella comunicazione. Un altro elemento è stato credere nella sensibilizzazione di opinione pubblica, imprese e istituzioni sull'importanza delle pari opportunità; siamo i primi, in azienda, a garantire un equilibrio uomo-donna in tutte le nostre aree di riferimento perché vogliamo essere un esempio non solo di fronte ai clienti, ma soprattutto dinanzi ai nostri dipendenti che rappresentano la vera chiave del nostro successo". "Abbiamo creduto fortemente nell'importanza dell'innovazione e delle tecnologie digitali per anticipare le dinamiche di mercato e rispondere in modo efficace alle richieste del mondo delle imprese, sviluppando modalità innovative di advocacy e coinvolgimento dell'opinione pubblica. Fra le più recenti innovazioni c'è l'investimento nell'intelligenza artificiale, uno strumento essenziale per potenziare l'attività di comunicazione e relazioni istituzionali, consentire di velocizzare i processi e focalizzare le attività dei nostri colleghi sui processi a più alto valore aggiunto", ha commentato Gianluca Giansante. "Nella società contemporanea, il valore della comunicazione non risiede solo nella capacità di trasmettere informazioni, ma nel modo in cui queste vengono integrate e percepite all'interno del contesto istituzionale, aziendale e sociale. Abbiamo portato a Milano e nel nord del Paese un approccio diversificato, cercando di accompagnare il grande dinamismo che accompagna lo sviluppo di queste aree senza dimenticare che solo con la trasparenza, l'autenticità e la capacità di dialogare su piattaforme diversificate si ottengono risultati positivi e si contribuisce ad una comunicazione efficace. Questi sono i valori che continueranno ad essere alla base del nostro approccio", ha aggiunto Lelio Alfonso. "Internet e i social media hanno radicalmente cambiato il giornalismo, eppure i media tradizionali resistono, e non solo. Continueranno a essere protagonisti della scena dell'informazione, nonostante da anni si parli di crisi irreversibile della carta stampata. Questo perché se da un lato, grazie al web, si è assistito a una parcellizzazione dei media e ad un aumento delle fonti alle quali poter attingere, dall'altro, in un contesto così fluido e in continua evoluzione, il rischio è che si perda la qualità del prodotto, indispensabile per garantire un'informazione corretta. Sta a noi, professionisti della comunicazione, agevolare questo dialogo e garantire terzietà e indipendenza", ha concluso Federico Fabretti. (Eca/Adnkronos)



24 ottobre 2024

10 anni Comin & Partners, "nuovo modello di comunicazione integrata" 10 anni COMIN & Partners, "nuovo modello di comunicazione integrata" Team di oltre 80 giovani e fatturato superiore a 16 milioni

Roma, 24 ott. (askanews) - Dieci anni di sfide, creatività e crescita professionale, per affermare e sperimentare un nuovo modello di comunicazione in grado di coniugare competenze strategiche, specialistiche e innovative nella gestione della reputazione. Questo il percorso, e la mission, di COMIN & Partners, la società di consulenza strategica nata nel 2014 e guidata da Gianluca COMIN, Elena Di Giovanni, Gianluca Giansante, Lelio Alfonso e Federico Fabretti. Cinque soci, cinque percorsi diversi, uniti da una visione condivisa fondata su un approccio integrato, necessario per mettere le esigenze del cliente al centro dell'analisi del panorama politico, sociale ed economico. Per festeggiare questo importante compleanno si sono ritrovati al Palazzo delle Esposizioni di Roma in tantissimi: autorità, collaboratori di oggi e del passato, clienti e amici dei diversi mondi che quotidianamente intrecciano le proprie relazioni con quelle della società leader in questo settore cruciale della consulenza per chi opera sia nel privato sia nel pubblico. La serata è stata orchestrata dall'attore e showman televisivo Neri Marcorè, che ha presentato i diversi momenti della festa e intervistato i soci di COMIN & Partners su aneddoti del passato ma anche sulle prospettive future della società. Con un team di oltre 80 dipendenti, la cui età media è 32 anni, e un fatturato che negli ultimi cinque anni ha registrato un tasso annuo di crescita del 17,30% per attestarsi oggi a oltre 16 milioni di euro, COMIN & Partners ha anticipato le esigenze di un contesto in continua evoluzione, ampliando le proprie aree di interesse e investendo sulla formazione delle nuove generazioni, come testimonia l'Academy, lanciata per formare giovani talenti. Oltre a consolidare la sua leadership in Italia, a Roma e Milano (dove è presente dal 2019), la società ha stretto alleanze con Must & Partners e No Com, aprendosi così ai mercati di Bruxelles, Parigi e Madrid e con Avventura Urbana, per i processi di gestione del consenso e i dibattiti pubblici. I progetti ideati da COMIN & Partners spaziano in diversi ambiti: da Scenario Italia, il bollettino settimanale di approfondimento su istituzioni e politica, a Comprendere, la rivista quadrimestrale coordinata dal professor Giulio Sapelli e diretta da Lelio Alfonso; dalla collaborazione con KPI6, che ha portato all'elaborazione di indagini sulla reputazione digitale dei maggiori brand del lusso e non solo, alla collaborazione con Factanza Media, tra le piattaforme online più influenti. Ma anche il Forum in Masseria con Bruno Vespa, da quattro anni uno degli appuntamenti più attesi dai politici, dalle istituzioni e dalla stampa italiana. Senza dimenticare la sostenibilità, da sempre un pilastro del pensiero strategico di COMIN & Partners, come dimostra il progetto "We belong to Sustainability", lanciato nel luglio 2021 in collaborazione con Open Impact e Obiettivo Cinque per integrare i valori ESG all'interno dei servizi offerti alle aziende: dai bilanci di sostenibilità al percorso di accompagnamento alla certificazione di parità. "Il nostro coraggio risiede, innanzitutto, nella capacità di adattarci alle nuove sfide, presenti e future, e di comprendere gli orizzonti di un contesto sempre più complesso e interconnesso, qual è il mondo della comunicazione e delle relazioni istituzionali, caratterizzati da nuovi strumenti digitali e dinamiche globali", ha dichiarato Gianluca COMIN, presidente di COMIN & Partners, dando il

benvenuto alla festa del decennale: "In questi dieci anni siamo riusciti ad anticipare le trasformazioni, mantenendo sempre al centro l'innovazione e l'eccellenza nel servire i clienti. Lo abbiamo fatto puntando su ragazze e ragazzi giovani che ogni giorno contribuiscono a plasmare, con determinazione ed entusiasmo, il futuro del nostro mestiere. La curiosità e l'attenzione verso ogni aspetto della società ci ha portati ad essere leader nella gestione del crisis management, consapevoli che da una crisi aziendale può nascere un'opportunità, come una maggiore consapevolezza della necessità di aggiornare strumenti e processi per stare al passo di un mondo che cambia". "Il nostro segreto è nell'essere riusciti a fare squadra con persone appassionate come noi e nell'aver sempre tenuto un atteggiamento ricettivo nei confronti delle novità anche in un settore, come quello della cultura, che aveva bisogno di un rinnovamento nella comunicazione", ha affermato Elena Di Giovanni, vicepresidente di COMIN & Partners: "Un altro elemento è stato credere nella sensibilizzazione di opinione pubblica, imprese e istituzioni sull'importanza delle pari opportunità; siamo i primi, in azienda, a garantire un equilibrio uomo-donna in tutte le nostre aree di riferimento perché vogliamo essere un esempio non solo di fronte ai clienti, ma soprattutto dinanzi ai nostri dipendenti che rappresentano la vera chiave del nostro successo". "Abbiamo creduto fortemente nell'importanza dell'innovazione e delle tecnologie digitali per anticipare le dinamiche di mercato e rispondere in modo efficace alle richieste del mondo delle imprese, sviluppando modalità innovative di advocacy e coinvolgimento dell'opinione pubblica. Fra le più recenti innovazioni c'è l'investimento nell'intelligenza artificiale, uno strumento essenziale per potenziare l'attività di comunicazione e relazioni istituzionali, consentire di velocizzare i processi e focalizzare le attività dei nostri colleghi sui processi a più alto valore aggiunto", ha commentato Gianluca Giansante. "Nella società contemporanea, il valore della comunicazione non risiede solo nella capacità di trasmettere informazioni, ma nel modo in cui queste vengono integrate e percepite all'interno del contesto istituzionale, aziendale e sociale. Abbiamo portato a Milano e nel nord del Paese un approccio diversificato, cercando di accompagnare il grande dinamismo che accompagna lo sviluppo di queste aree senza dimenticare che solo con la trasparenza, l'autenticità e la capacità di dialogare su piattaforme diversificate si ottengono risultati positivi e si contribuisca ad una comunicazione efficace. Questi sono i valori che continueranno ad essere alla base del nostro approccio", ha aggiunto Lelio Alfonso. "Internet e i social media hanno radicalmente cambiato il giornalismo, eppure i media tradizionali resistono, e non solo. Continueranno a essere protagonisti della scena dell'informazione, nonostante da anni si parli di crisi irreversibile della carta stampata. Questo perché se da un lato, grazie al web, si è assistito a una parcellizzazione dei media e ad un aumento delle fonti alle quali poter attingere, dall'altro, in un contesto così fluido e in continua evoluzione, il rischio è che si perda la qualità del prodotto, indispensabile per garantire un'informazione corretta. Sta a noi, professionisti della comunicazione, agevolare questo dialogo e garantire terzietà e indipendenza", ha concluso Federico Fabretti.



24 ottobre 2024

10 ANNI DI COMIN & PARTNERS, INNOVAZIONE PER LA COMUNICAZIONE

ROMA (ITALPRESS) - Dieci anni di sfide, creatività e crescita professionale, per affermare e sperimentare un nuovo modello di comunicazione in grado di coniugare competenze strategiche, specialistiche e innovative nella gestione della reputazione. Questo il percorso, e la mission, di COMIN & Partners, la società di consulenza strategica nata nel 2014 e guidata da Gianluca COMIN, Elena Di Giovanni, Gianluca Giansante, Lelio Alfonso e Federico Fabretti. Cinque soci, cinque percorsi diversi, uniti da una visione condivisa fondata su un approccio integrato, necessario per mettere le esigenze del cliente al centro dell'analisi del panorama politico, sociale ed economico. Per festeggiare questo importante compleanno si sono ritrovati al Palazzo delle Esposizioni di Roma in tantissimi: autorità, collaboratori di oggi e del passato, clienti e amici dei diversi mondi che quotidianamente intrecciano le proprie relazioni con quelle della società leader in questo settore cruciale della consulenza per chi opera sia nel privato sia nel pubblico. La serata è stata orchestrata dall'attore e showman televisivo Neri Marcorè, che ha presentato i diversi momenti della festa e intervistato i soci di COMIN & Partners su aneddoti del passato ma anche sulle prospettive future della società. Con un team di oltre 80 dipendenti, la cui età media è 32 anni, e un fatturato che negli ultimi cinque anni ha registrato un tasso annuo di crescita del 17,30% per attestarsi oggi a oltre 16 milioni di euro, COMIN & Partners ha anticipato le esigenze di un contesto in continua evoluzione, ampliando le proprie aree di interesse e investendo sulla formazione delle nuove generazioni, come testimonia l'Academy, lanciata per formare giovani talenti. Oltre a consolidare la sua leadership in Italia, a Roma e Milano (dove è presente dal 2019), la società ha stretto alleanze con Must & Partners e No Com, aprendosi così ai mercati di Bruxelles, Parigi e Madrid e con Avventura Urbana, per i processi di gestione del consenso e i dibattiti pubblici. I progetti ideati da COMIN & Partners spaziano in diversi ambiti: da Scenario Italia, il bollettino settimanale di approfondimento su istituzioni e politica, a Comprendere, la rivista quadrimestrale coordinata dal professor Giulio Sapelli e diretta da Lelio Alfonso; dalla collaborazione con KPI6, che ha portato all'elaborazione di indagini sulla reputazione digitale dei maggiori brand del lusso e non solo, alla collaborazione con Factanza Media, tra le piattaforme online più influenti. Ma anche il Forum in Masseria con Bruno Vespa, da quattro anni uno degli appuntamenti più attesi dai politici, dalle istituzioni e dalla stampa italiana. Senza dimenticare la sostenibilità, da sempre un pilastro del pensiero strategico di COMIN & Partners, come dimostra il progetto "We belong to Sustainability", lanciato nel luglio 2021 in collaborazione con Open Impact e Obiettivo Cinque per integrare i valori ESG all'interno dei servizi offerti alle aziende: dai bilanci di sostenibilità al percorso di accompagnamento alla certificazione di parità. "Il nostro coraggio risiede, innanzitutto, nella capacità di adattarci alle nuove sfide, presenti e future, e di comprendere gli orizzonti di un contesto sempre più complesso e interconnesso, qual è il mondo della comunicazione e delle relazioni istituzionali, caratterizzati da nuovi strumenti digitali e dinamiche globali", ha dichiarato Gianluca COMIN, presidente di COMIN & Partners, dando il benvenuto alla festa del decennale: "In questi dieci anni siamo riusciti ad anticipare le trasformazioni, mantenendo sempre al centro l'innovazione e l'eccellenza nel servire i clienti. Lo abbiamo fatto puntando su ragazze e ragazzi giovani che ogni giorno contribuiscono a plasmare, con determinazione ed entusiasmo, il futuro del nostro mestiere. La curiosità e l'attenzione verso ogni aspetto della società ci ha portati ad essere leader nella gestione del crisis management, consapevoli che da una crisi aziendale può nascere un'opportunità, come una maggiore consapevolezza della necessità di aggiornare strumenti e processi per stare al passo di un mondo

che cambia". "Il nostro segreto è nell'essere riusciti a fare squadra con persone appassionate come noi e nell'aver sempre tenuto un atteggiamento ricettivo nei confronti delle novità anche in un settore, come quello della cultura, che aveva bisogno di un rinnovamento nella comunicazione", ha affermato Elena Di Giovanni, vicepresidente di COMIN & Partners: "Un altro elemento è stato credere nella sensibilizzazione di opinione pubblica, imprese e istituzioni sull'importanza delle pari opportunità; siamo i primi, in azienda, a garantire un equilibrio uomo-donna in tutte le nostre aree di riferimento perché vogliamo essere un esempio non solo di fronte ai clienti, ma soprattutto dinanzi ai nostri dipendenti che rappresentano la vera chiave del nostro successo". "Abbiamo creduto fortemente nell'importanza dell'innovazione e delle tecnologie digitali per anticipare le dinamiche di mercato e rispondere in modo efficace alle richieste del mondo delle imprese, sviluppando modalità innovative di advocacy e coinvolgimento dell'opinione pubblica. Fra le più recenti innovazioni c'è l'investimento nell'intelligenza artificiale, uno strumento essenziale per potenziare l'attività di comunicazione e relazioni istituzionali, consentire di velocizzare i processi e focalizzare le attività dei nostri colleghi sui processi a più alto valore aggiunto", ha commentato Gianluca Giansante. "Nella società contemporanea, il valore della comunicazione non risiede solo nella capacità di trasmettere informazioni, ma nel modo in cui queste vengono integrate e percepite all'interno del contesto istituzionale, aziendale e sociale. Abbiamo portato a Milano e nel nord del Paese un approccio diversificato, cercando di accompagnare il grande dinamismo che accompagna lo sviluppo di queste aree senza dimenticare che solo con la trasparenza, l'autenticità e la capacità di dialogare su piattaforme diversificate si ottengono risultati positivi e si contribuisca ad una comunicazione efficace. Questi sono i valori che continueranno ad essere alla base del nostro approccio", ha aggiunto Lelio Alfonso. "Internet e i social media hanno radicalmente cambiato il giornalismo, eppure i media tradizionali resistono, e non solo. Continueranno a essere protagonisti della scena dell'informazione, nonostante da anni si parli di crisi irreversibile della carta stampata. Questo perché se da un lato, grazie al web, si è assistito a una parcellizzazione dei media e ad un aumento delle fonti alle quali poter attingere, dall'altro, in un contesto così fluido e in continua evoluzione, il rischio è che si perda la qualità del prodotto, indispensabile per garantire un'informazione corretta. Sta a noi, professionisti della comunicazione, agevolare questo dialogo e garantire terzietà e indipendenza", ha concluso Federico Fabretti. (ITALPRESS).

QUOTIDIANI

25 ottobre 2024

PILLOLE

DS3041

DS3041

COMIN & PARTNERS

■ Fondata nel 2014, la società di consulenza ha festeggiato a Palazzo delle Esposizioni i primi dieci anni d'attività. Conta su un team di oltre 80 giovani, tra Roma e Milano, e un fatturato superiore a 16 milioni.

Italia Oggi

25 ottobre 2024

Comin & Partners, 5 soci, 80 dipendenti e 10 anni di vita

Cinque soci, cinque percorsi diversi, «uniti da una visione condivisa fondata su un approccio integrato». Comin & Partners, la società di consulenza strategica nata nel 2014 e guidata da Gianluca Comin, Elena Di Giovanni, Gianluca Giansante, Lelio Alfonso e Federico Fabretti, compie dieci anni. Un compleanno festeggiato mercoledì scorso a Roma, al Palazzo delle Esposizioni, con centinaia di ospiti. Con un team di oltre 80 dipendenti, la cui età media è 32 anni, e un fatturato che negli ultimi cinque anni ha registrato un tasso annuo di crescita di oltre il 17% per attestarsi oggi a oltre 16 milioni di euro, Comin & Partners ha via via ampliato le proprie aree di interesse, investendo sulla formazione delle nuove generazioni. Presente a Roma e Milano (dal 2019), la società ha anche stretto alleanze con Must & Partners e No Com, aprendosi così ai mercati di Bruxelles, Parigi e Madrid e con Avventura Urbana, per i processi di gestione del consenso e i dibattiti pubblici.

Tra i progetti ideati da Comin & Partners, Scenario Italia, il bollettino settimanale di approfondimento su istituzioni e politica, Comprendere, la rivista quadrimestrale coordinata da Giulio Sapelli e diretta da Lelio Alfonso, le collaborazioni con KPI6, che ha portato all'elaborazione di indagini sulla reputazione digitale dei maggiori brand del lusso e non solo, e con la piattaforma Factanza Media e il Forum in Masseria con Bruno Vespa.



Da sin., Elena Di Giovanni, Federico Fabretti, Gianluca Comin, Gianluca Giansante, Lelio Alfonso



25 ottobre 2024

inbreve

DS3041

DS3041

NUOVO MODELLO

Comin & Partners festeggia i suoi 10 anni

■ Dieci anni per affermare e sperimentare un nuovo modello di comunicazione in grado di coniugare competenze strategiche, specialistiche e innovative nella gestione della reputazione. Questo il percorso di Comin & Partners, la società di consulenza strategica nata nel 2014 e guidata da Gianluca Comin, Elena Di Giovanni, Gianluca Giansante, Lelio Alfonso e Federico Fabretti, che ieri ha festeggiato a Roma i suoi 10 anni di attività.

DailyMedia

Il quotidiano della comunicazione

25 ottobre 2024



Comin & Partners compie 10 anni con oltre 16 milioni di fatturato e un tasso medio del +17,30% nell'ultimo quinquennio

Industry Comin & Partners compie 10 anni con oltre 16 milioni di fatturato e un tasso medio di crescita del 17,30% nell'ultimo quinquennio

Festeggiato ieri al Palazzo delle Esposizioni, con centinaia di ospiti, il compleanno della società di consulenza fondata nel 2014 che conta su un team di oltre 80 giovani, tra Roma e Milano

Dieci anni di sfide, creatività e crescita professionale, per affermare e sperimentare un nuovo modello di comunicazione in grado di coniugare competenze strategiche, specialistiche e innovative nella gestione della reputazione. Questo il percorso, e la mission, di Comin & Partners, la società di consulenza strategica nata nel 2014 e guidata da Gianluca Comin, Elena Di Giovanni, Gianluca Giansante, Lelio Alfonso e Federico Fabretti. Cinque soci, cinque percorsi diversi, uniti da una visione condivisa fondata su un approccio integrato, necessario per mettere le esigenze del Cliente al centro dell'analisi del panorama politico, sociale ed economico. Per festeggiare questo importante compleanno si sono ritrovati ieri sera al Palazzo delle Esposizioni in tanti: autorità, collaboratori di oggi e del passato, clienti e amici dei diversi mondi che quotidianamente intrecciano le proprie relazioni con quelle della società leader in questo settore cruciale della consulenza per chi opera sia nel privato sia nel pubblico. La serata è stata orchestrata dall'attore e showman televisivo Neri Marcorè, che ha presentato i diversi momenti della festa e intervistato i soci di Comin & Partners su aneddoti del passato ma anche sulle prospettive future della società. Con un team di oltre 80 dipendenti, la cui età media è 32 anni, e un fatturato che negli ultimi cinque

anni ha registrato un tasso annuo di crescita del 17,30% per attestarsi oggi a oltre 16 milioni di euro, Comin & Partners ha anticipato le esigenze di un contesto in continua evoluzione, ampliando le proprie aree di interesse e investendo sulla formazione delle nuove generazioni, come testimonia l'Academy, lanciata per formare giovani talenti. Oltre a consolidare la sua leadership in Italia, a Roma e Milano (dove è presente dal 2019), la società ha stretto alleanze con Must & Partners e No Com, aprendosi così ai mercati di Bruxelles, Parigi e Madrid e con Avventura Urbana, per i processi di gestione del consenso e i dibattiti pubblici.

I progetti

I progetti ideati da Comin & Partners spaziano in diversi ambiti: da Scenario Italia, il bollettino settimanale di approfondimento su istituzioni e politica, a Comprendere, la rivista quadrimestrale coordinata dal professor Giulio Sapelli e diretta da Lelio Alfonso; dalla collaborazione con KPI6, che ha portato all'elaborazione di indagini sulla reputazione digitale dei maggiori brand del lusso e non solo, alla collaborazione con Factanza Media, tra le piattaforme online più influenti. Ma anche il Forum in Maseria con Bruno Vespa, da quattro anni uno degli appuntamenti più attesi dai politici, dalle istituzioni e dalla stampa italiana. Senza dimenticare la sostenibilità, da sempre un pilastro del pensiero strategico di Comin & Partners, come dimostra il progetto "We belong to Sustainability", lanciato nel luglio 2021 in collaborazione con Open Impact e Obiettivo Cinque per integrare i valori ESG all'interno dei servizi offerti alle aziende: dai bilanci di sostenibilità al percorso di accompagnamento alla certificazione di parità

I commenti

Gianluca Comin, presidente di Comin & Partners, dando il benvenuto alla festa del decennale ha dichiarato: "In questi dieci anni siamo riusciti ad anticipare le trasformazioni, mantenendo sempre al centro l'innovazione e l'eccellenza nel servire i clienti. Lo abbiamo fatto puntando su ragazze e ragazzi giovani che ogni giorno contribuiscono a plasmare, con determinazione ed entusiasmo, il futuro del nostro mestiere. La curiosità e l'attenzione verso ogni aspetto della società ci ha portati ad essere leader nella gestione del crisis management, consapevoli che da una crisi aziendale può nascere un'opportunità, come una maggiore consapevolezza della necessità di aggiornare strumenti e processi per stare al passo di un mondo che cambia". Elena Di Giovanni, vicepresidente di Comin & Partners, ha aggiunto: "Il nostro segreto è nell'essere riusciti a fare squadra con persone appassionate come noi e nell'aver sempre tenuto un atteggiamento ricettivo nei confronti delle novità anche in un settore, come quello della cultura, che aveva bisogno di un rinnovamento nella comunicazione. Un altro elemento è stato credere nella sensibilizzazione di opinione pubblica, imprese e istituzioni sull'importanza delle pari opportunità".



AGENZIE

Comin & Partners compie dieci anni e chiude l'anno con un fatturato che supera i 16 milioni di euro

Dieci anni di sfide, creatività e crescita professionale, per affermare e sperimentare un nuovo modello di comunicazione in grado di coniugare competenze strategiche, specialistiche e innovative nella gestione della reputazione. Questi il percorso e la mission, di Comin & Partners, la società di consulenza strategica nata nel 2014 e guidata da Gianluca Comin, Elena Di Giovanni, Gianluca Giansante, Lelio Alfonso e Federico Fabretti. Con un team di oltre 80 dipendenti, la cui età media è 32 anni, e un fatturato che negli ultimi 5 anni ha registrato un tasso annuo di crescita del 17,30% per attestarsi oggi a oltre 16 milioni di euro, Comin & Partners ha anticipato le esigenze di un contesto in continua evoluzione, ampliando le proprie aree di interesse e



investendo sulla formazione delle nuove generazioni, come testimonia l'Academy, lanciata per formare giovani talenti. Oltre a consolida-

re la sua leadership in Italia, a Roma e Milano (dove è presente dal 2019), la società ha stretto alleanze con Must & Partners e No Com,

aprendosi così ai mercati di Bruxelles, Parigi e Madrid e con Avventura Urbana, per i processi di gestione del consenso e i dibattiti pubblici.

ONLINE

Il Sole **24 ORE**

24 ottobre 2024

<https://www.ilsole24ore.com/art/comin-compie-dieci-anni-e-supera-16-milioni-euro-fatturato-AGx0VSk>

Comin compie dieci anni e supera 16 milioni di euro di fatturato

La società nata nel 2014 e guidata da Gianluca Comin, Elena Di Giovanni, Gianluca Giansante, Lelio Alfonso e Federico Fabretti, oggi ha 80 collaboratori

Comin & Partners compie dieci anni e supera i 16 milioni di euro di fatturato, con un tasso annuo di crescita negli ultimi 5 anni del 17,30%. La società di consulenza strategica è nata nel 2014 ed è guidata da Gianluca Comin, Elena Di Giovanni, Gianluca Giansante, Lelio Alfonso e Federico Fabretti, cinque soci che sono uniti da una visione condivisa fondata su un approccio integrato, necessario per mettere le esigenze del cliente al centro dell'analisi del panorama politico, sociale ed economico.

Per festeggiare il decennale, la società che ha oggi 80 collaboratori tra Roma e Milano, con un'età media di 32 anni, ha organizzato un evento al Palazzo delle Esposizioni a Roma, coinvolgendo autorità, collaboratori di oggi e del passato, clienti e amici dei diversi mondi che quotidianamente intrecciano le proprie relazioni con quelle della società leader in questo settore cruciale della consulenza per chi opera sia nel privato sia nel pubblico. A presentare la serata l'attore Neri Marcoré che ha intervistato i soci di Comin & partners su aneddoti del passato e sulle prospettive della società.

La formazione

Comin & Partners ha anticipato le esigenze di un contesto in continua evoluzione, ampliando le proprie aree di interesse e investendo sulla formazione delle nuove generazioni, come testimonia l'Academy, lanciata per formare giovani talenti. Oltre a consolidare la sua leadership in Italia, a Roma e Milano (dove è presente dal 2019), la società ha stretto alleanze con Must & Partners e No Com, aprendosi così ai mercati di Bruxelles, Parigi e Madrid e con Avventura Urbana, per i processi di gestione del consenso e i dibattiti pubblici.

I progetti

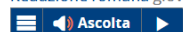
Molti i progetti ideati da Comin & Partners: da Scenario Italia, il bollettino settimanale di approfondimento su istituzioni e politica, a Comprendere, la rivista quadrimestrale coordinata dal professor Giulio Sapelli e diretta da Lelio Alfonso; dalla collaborazione con KPI6, che ha portato all'elaborazione di indagini sulla reputazione digitale dei maggiori brand del lusso e non solo, alla collaborazione con Factanza Media, tra le piattaforme online più influenti.

Ma anche il Forum in Masseria con Bruno Vespa, da quattro anni uno degli appuntamenti più attesi dai politici, dalle istituzioni e dalla stampa italiana. Senza dimenticare la sostenibilità, da sempre un pilastro del pensiero strategico di Comin & Partners, come dimostra il progetto "We belong to Sustainability", lanciato nel luglio 2021 in collaborazione con Open Impact e Obiettivo Cinque per integrare i valori ESG all'interno dei servizi offerti alle aziende: dai bilanci di sostenibilità al percorso di accompagnamento alla certificazione di parità.

<https://www.avvenire.it/attualita/pagine/dieci-anni-di-comin-partners-innovazione-per-una-comunicazione-integrata>

Evento. Dieci anni di Comin & Partners: innovazione per una comunicazione integrata

Redazione romana giovedì 24 ottobre 2024



Festeggiato al Palazzo Esposizioni, con centinaia di ospiti, il compleanno della società di consulenza fondata nel 2014 che conta su un team di oltre 80 giovani e un fatturato superiore a 16 milioni

Dieci anni di sfide e crescita professionale, per affermare e sperimentare un nuovo modello di comunicazione in grado di coniugare competenze e innovazione nella gestione della reputazione. Sono questi il percorso e la mission di Comin & Partners, la società di consulenza strategica nata nel 2014 e guidata da **Gianluca Comin, Elena Di Giovanni, Gianluca Giansante, Lelio Alfonso e Federico Fabretti**. Cinque soci, cinque percorsi diversi, uniti da una visione condivisa fondata su un nuovo approccio, necessario per mettere le esigenze del cliente al centro dell'analisi del panorama politico, sociale ed economico.

Per festeggiare questo importante compleanno si sono ritrovati in tanti al Palazzo delle Esposizioni, a Roma: autorità, collaboratori di oggi e del passato, clienti e amici dei diversi mondi che quotidianamente intrecciano le proprie relazioni con quelle della società leader in questo settore cruciale della consulenza per chi opera sia nel privato sia nel pubblico. La serata è stata orchestrata dall'attore **Neri Marcorè**, che ha presentato i diversi momenti della festa e intervistato i soci di Comin & Partners. Con un team di **oltre 80 dipendenti**, la cui età media è 32 anni, e un fatturato che negli ultimi cinque anni ha registrato un tasso annuo di crescita del 17,30% per attestarsi oggi a oltre 16 milioni di euro, Comin & Partners ha anticipato le esigenze di un contesto in continua evoluzione, ampliando le proprie aree di interesse e investendo sulla formazione delle nuove generazioni, come testimonia l'**Academy**, lanciata per formare giovani talenti. Oltre a consolidare la sua *leadership* in Italia, a Roma e Milano (dove è presente dal 2019), la società ha stretto alleanze con **Must & Partners** e **No Com**, aprendosi così ai mercati di Bruxelles, Parigi e Madrid e con **Avventura Urbana**, per i processi di gestione del consenso e i dibattiti pubblici.

I progetti ideati da Comin & Partners spaziano in diversi ambiti: da **Scenario Italia**, il bollettino settimanale di approfondimento su istituzioni e politica, a **Comprendere**, la rivista quadrimestrale coordinata dal professor Giulio Sapelli e diretta da Lelio Alfonso; dalla collaborazione con KPI6, che ha portato all'elaborazione di indagini sulla reputazione digitale dei maggiori brand del lusso e non solo, alla collaborazione con Factanza Media, tra le piattaforme online più influenti. Ma anche il "**Forum in Masseria**" con Bruno Vespa, da quattro anni uno degli appuntamenti più attesi dai politici, dalle istituzioni e dalla stampa italiana. Senza dimenticare la sostenibilità, da sempre un pilastro del pensiero strategico di Comin & Partners, come dimostra il progetto "**We belong to Sustainability**"; lanciato nel luglio 2021 in collaborazione con **Open Impact** e **Obiettivo Cinque** per integrare i valori Esg all'interno dei servizi offerti alle aziende: dai bilanci di sostenibilità al percorso di accompagnamento alla certificazione di parità.

«Il nostro coraggio risiede, innanzitutto, nella capacità di adattarci alle nuove sfide, presenti e future, e di comprendere gli orizzonti di un contesto sempre più complesso e interconnesso, qual è il mondo della comunicazione e delle relazioni istituzionali, caratterizzati da nuovi strumenti digitali e dinamiche globali - ha dichiarato il presidente Gianluca Comin -. In questi dieci anni siamo riusciti ad anticipare le trasformazioni, mantenendo sempre al centro l'innovazione e l'eccellenza nel servire i clienti. Lo abbiamo fatto puntando su ragazze e ragazzi giovani che ogni giorno contribuiscono a plasmare, con determinazione ed entusiasmo, il futuro del nostro mestiere. La curiosità e l'attenzione verso ogni aspetto della società ci ha portati ad essere leader nella gestione del crisis management, consapevoli che da una crisi aziendale può nascere un'opportunità, come una maggiore consapevolezza della necessità di aggiornare strumenti e processi per stare al passo di un mondo che cambia».



24 ottobre 2024

<https://m.dagospia.com/cafonalissimo-la-roma-potentona-si-scapicola-al-palazzo-delle-esposizioni-per-i-10-anni-della-412639>



CAFONALISSIMO – LA ROMA POTENTONA SI SCAPICOLLA AL PALAZZO DELLE ESPOSIZIONI PER I 10 ANNI DELLA COMIN & PARTNERS – AL PARTY SI SONO VISTI I MINISTRI LOLLOBRIGIDA, ROCCELLA, MUSUMECI E CASELLATI (MENTRE LA MELONI PARLAVA ALLA FESTA DEL "TEMPO") – APPAIONO GIUSEPPE CONTE E IL SINDACO GUALTIERI. PRESENTI L'EX SINDACO RUTELLI E BARBARA PALOMBELLI, MARIA ELENA BOSCHI, SCORTATA DAL PINGUE LUCIANO NOBILI, BRUNO VESPA AL SEGUITO DI "LOLLO" – DA NAPOLI È ACCORSO GAETANO MANFREDI... – VIDEO

Dieci anni di sfide, creatività e crescita professionale, per affermare e sperimentare un nuovo modello di comunicazione in grado di coniugare competenze strategiche, specialistiche e innovative nella gestione della reputazione. Questo il percorso, e la mission, di Comin & Partners, la società di consulenza strategica nata nel 2014 e guidata da Gianluca Comin, Elena Di Giovanni, Gianluca Giansante, Lelio Alfonso e Federico Fabretti. Cinque soci, cinque percorsi diversi, uniti da una visione condivisa fondata su un approccio integrato, necessario per mettere le esigenze del cliente al centro dell'analisi del panorama politico, sociale ed economico.

Per festeggiare questo importante compleanno si sono ritrovati ieri sera al Palazzo delle Esposizioni in tantissimi: autorità, collaboratori di oggi e del passato, clienti e amici dei diversi mondi che quotidianamente intrecciano le proprie relazioni con quelle della società leader in questo settore cruciale della consulenza per chi opera sia nel privato sia nel pubblico. Al decennale di Comin & Partners non potevano mancare poi i vini della cantina di Bruno Vespa, e in particolare, "Noi Tre" (bollicine), "Raccontami" (rosso) e "Donna Augusta" (bianco), che hanno accompagnato i brindisi dei tanti ospiti presenti. La serata è stata orchestrata dall'attore e showman televisivo Neri Marcorè, che ha presentato i diversi momenti della festa e intervistato i soci di Comin & Partners su aneddoti del passato ma anche sulle prospettive future della società.

Con un team di oltre 80 dipendenti, la cui età media è 32 anni, e un fatturato che negli ultimi cinque anni ha registrato un tasso annuo di crescita del 17,30% per attestarsi oggi a oltre 16 milioni di euro, Comin & Partners ha anticipato le esigenze di un contesto in continua evoluzione, ampliando le proprie aree di interesse e investendo sulla formazione delle nuove generazioni, come testimonia l'Academy, lanciata per formare giovani talenti. Oltre a consolidare la sua leadership in Italia, a Roma e Milano (dove è presente dal 2019), la società ha stretto alleanze con Must & Partners e No Com, aprendosi così ai mercati di Bruxelles, Parigi e Madrid e con Avventura Urbana, per i processi di gestione del consenso e i dibattiti pubblici.

I progetti ideati da Comin & Partners spaziano in diversi ambiti: da Scenario Italia, il bollettino settimanale di approfondimento su istituzioni e politica, a Comprendere, la rivista quadrimestrale coordinata dal professor Giulio Sapelli e diretta da Lelio Alfonso; dalla collaborazione con KPI6, che ha portato all'elaborazione di indagini sulla reputazione digitale dei maggiori brand del lusso e non solo, alla collaborazione con Factanza Media, tra le piattaforme online più influenti.

Ma anche il Forum in Masseria con Bruno Vespa, da quattro anni uno degli appuntamenti più attesi dai politici, dalle istituzioni e dalla stampa italiana. Senza dimenticare la sostenibilità, da sempre un pilastro del pensiero strategico di Comin & Partners, come dimostra il progetto "We belong to Sustainability", lanciato nel luglio 2021 in collaborazione con Open Impact e Obiettivo Cinque per integrare i valori ESG all'interno dei servizi offerti alle aziende: dai bilanci di sostenibilità al percorso di accompagnamento alla certificazione di parità.

"Il nostro coraggio risiede, innanzitutto, nella capacità di adattarci alle nuove sfide, presenti e future, e di comprendere gli orizzonti di un contesto sempre più complesso e interconnesso, qual è il mondo della comunicazione e delle relazioni istituzionali, caratterizzati da nuovi strumenti digitali e dinamiche globali", ha dichiarato Gianluca Comin, presidente di Comin & Partners, dando il benvenuto alla festa del decennale. "In questi dieci anni siamo riusciti ad anticipare le trasformazioni, mantenendo sempre al centro l'innovazione e l'eccellenza nel servire i clienti.

Lo abbiamo fatto puntando su ragazze e ragazzi giovani che ogni giorno contribuiscono a plasmare, con determinazione ed entusiasmo, il futuro del nostro mestiere. La curiosità e l'attenzione verso ogni aspetto della società ci ha portati ad essere leader nella gestione del crisis management, consapevoli che da una crisi aziendale può nascere un'opportunità, come una maggiore consapevolezza della necessità di aggiornare strumenti e processi per stare al passo di un mondo che cambia".

"Il nostro segreto è nell'essere riusciti a fare squadra con persone appassionate come noi e nell'aver sempre tenuto un atteggiamento ricettivo nei confronti delle novità anche in un settore, come quello della cultura, che aveva bisogno di un rinnovamento nella comunicazione", ha affermato Elena Di Giovanni, vicepresidente di Comin & Partners. "Un altro elemento è stato credere nella sensibilizzazione di opinione pubblica, imprese e istituzioni sull'importanza delle pari opportunità; siamo i primi, in azienda, a garantire un equilibrio uomo-donna in tutte le nostre aree di riferimento perché vogliamo essere un esempio non solo di fronte ai clienti, ma soprattutto dinanzi ai nostri dipendenti che rappresentano la vera chiave del nostro successo".

"Abbiamo creduto fortemente nell'importanza dell'innovazione e delle tecnologie digitali per anticipare le dinamiche di mercato e rispondere in modo efficace alle richieste del mondo delle imprese, sviluppando modalità innovative di advocacy e coinvolgimento dell'opinione pubblica. Fra le più recenti innovazioni c'è l'investimento nell'intelligenza artificiale, uno strumento essenziale per potenziare l'attività di comunicazione e relazioni istituzionali, consentire di velocizzare i processi e focalizzare le attività dei nostri colleghi sui processi a più alto valore aggiunto", ha commentato Gianluca Giansante.

"Nella società contemporanea, il valore della comunicazione non risiede solo nella capacità di trasmettere informazioni, ma nel modo in cui queste vengono integrate e percepite all'interno del contesto istituzionale, aziendale e sociale. Abbiamo portato a Milano e nel nord del Paese un approccio diversificato, cercando di accompagnare il grande dinamismo che accompagna lo sviluppo di queste aree senza dimenticare che solo con la trasparenza, l'autenticità e la capacità di dialogare su piattaforme diversificate si ottengono risultati positivi e si contribuisce ad una comunicazione efficace. Questi sono i valori che continueranno ad essere alla base del nostro approccio", ha aggiunto Lelio Alfonso.

"Internet e i social media hanno radicalmente cambiato il giornalismo, eppure i media tradizionali resistono, e non solo. Continueranno a essere protagonisti della scena dell'informazione, nonostante da anni si parli di crisi irreversibile della carta stampata. Questo perché se da un lato, grazie al web, si è assistito a una parcellizzazione dei media e ad un aumento delle fonti alle quali poter attingere, dall'altro, in un contesto così fluido e in continua evoluzione, il rischio è che si perda la qualità del prodotto, indispensabile per garantire un'informazione corretta. Sta a noi, professionisti della comunicazione, agevolare questo dialogo e garantire terzietà e indipendenza", ha concluso Federico Fabretti.

IL GIORNALE D'ITALIA

Il Quotidiano Indipendente

24 ottobre 2024

<https://www.ilgiornaleditalia.it/news/mondo-imprese/654360/comin-partners-festa-dieci-anni-innovazione-formazione-nuovo-modello-comunicazione-integrata.html>

Comin&Partners compie dieci anni, innovazione e formazione per un nuovo modello di comunicazione integrata

Festeggiato ieri al Palazzo delle Esposizioni, con centinaia di ospiti, il compleanno della società di consulenza fondata nel 2014 che conta su un team di oltre 80 giovani, tra Roma e Milano, e un fatturato superiore a €16 mln

Dieci anni di sfide, creatività e crescita professionale, per affermare e sperimentare un nuovo modello di comunicazione in grado di coniugare competenze strategiche, specialistiche e innovative nella gestione della reputazione. Questo il percorso, e la mission, di Comin & Partners, la società di consulenza strategica nata nel 2014 e guidata da **Gianluca Comin, Elena Di Giovanni, Gianluca Giansante, Lelio Alfonso e Federico Fabretti**. Cinque soci, cinque percorsi diversi, uniti da una visione condivisa fondata su un approccio integrato, necessario per mettere le esigenze del cliente al centro dell'analisi del panorama politico, sociale ed economico.

Per festeggiare questo importante compleanno si sono ritrovati ieri sera al Palazzo delle Esposizioni in tantissimi: autorità, collaboratori di oggi e del passato, clienti e amici dei diversi mondi che quotidianamente intrecciano le proprie relazioni con quelle della società leader in questo settore cruciale della consulenza per chi opera sia nel privato sia nel pubblico. La serata è stata orchestrata dall'attore e showman televisivo **Neri Marcorè**, che ha presentato i diversi momenti della festa e intervistato i soci di Comin & Partners su aneddoti del passato ma anche sulle prospettive future della società.

Al decennale di Comin & Partners non potevano mancare poi i vini della cantina di Bruno Vespa, e in particolare, "Noi Tre" (bollicine), "Raccontami" (rosso) e "Donna Augusta" (bianco), che hanno accompagnato i brindisi dei tanti ospiti presenti.

Con un team di **oltre 80 dipendenti**, la cui età media è 32 anni, e un fatturato che negli ultimi cinque anni ha registrato un tasso annuo di crescita del 17,30% per attestarsi oggi a oltre 16 milioni di euro, Comin & Partners ha anticipato le esigenze di un contesto in continua evoluzione, ampliando le proprie aree di interesse e investendo sulla formazione delle nuove generazioni, come testimonia l'**Academy**, lanciata per formare giovani talenti. Oltre a consolidare la sua leadership in Italia, a Roma e Milano (dove è presente dal 2019), la società ha stretto alleanze con **Must & Partners** e **No Com**, aprendosi così ai mercati di Bruxelles, Parigi e Madrid e con **Avventura Urbana**, per i processi di gestione del consenso e i dibattiti pubblici.

I progetti ideati da Comin & Partners spaziano in diversi ambiti: da **Scenario Italia**, il bollettino settimanale di approfondimento su istituzioni e politica, a **Comprendere**, la rivista quadrimestrale coordinata dal professor **Giulio Sapelli** e diretta da **Lelio Alfonso**; dalla collaborazione con **KPI6**, che ha portato all'elaborazione di indagini sulla reputazione digitale dei maggiori brand del lusso e non solo, alla collaborazione con **Factanza Media**, tra le piattaforme online più influenti.

Ma anche il **Forum in Masseria** con **Bruno Vespa**, da quattro anni uno degli appuntamenti più attesi dai politici, dalle istituzioni e dalla stampa italiana. Senza dimenticare la sostenibilità, da sempre un pilastro del pensiero strategico di Comin & Partners, come dimostra il progetto **"We belong to Sustainability"**, lanciato nel luglio 2021 in collaborazione con **Open Impact e Obiettivo Cinque** per integrare i valori ESG all'interno dei servizi offerti alle aziende: dai bilanci di sostenibilità al percorso di accompagnamento alla certificazione di parità.

Dichiarazioni

"Il nostro coraggio risiede, innanzitutto, nella capacità di adattarci alle nuove sfide, presenti e future, e di comprendere gli orizzonti di un contesto sempre più complesso e interconnesso, qual è il mondo della comunicazione e delle relazioni istituzionali, caratterizzati da nuovi strumenti digitali e dinamiche globali", ha dichiarato Gianluca Comin, presidente di Comin & Partners, dando il benvenuto alla festa del decennale. "In questi dieci anni siamo riusciti ad anticipare le trasformazioni, mantenendo sempre al centro l'innovazione e l'eccellenza nel servire i clienti. Lo abbiamo fatto puntando su ragazze e ragazzi giovani che ogni giorno contribuiscono a plasmare, con determinazione ed entusiasmo, il futuro del nostro mestiere. La curiosità e l'attenzione verso ogni aspetto della società ci ha portati ad essere leader nella gestione del crisis management, consapevoli che da una crisi aziendale può nascere un'opportunità, come una maggiore consapevolezza della necessità di aggiornare strumenti e processi per stare al passo di un mondo che cambia".

"Il nostro segreto è nell'essere riusciti a fare squadra con persone appassionate come noi e nell'aver sempre tenuto un atteggiamento ricettivo nei confronti delle novità anche in un settore, come quello della cultura, che aveva bisogno di un rinnovamento nella comunicazione", ha affermato Elena Di Giovanni, vicepresidente di Comin & Partners. "Un altro elemento è stato credere nella sensibilizzazione di opinione pubblica, imprese e istituzioni sull'importanza delle pari opportunità; siamo i primi, in azienda, a garantire un equilibrio uomo-donna in tutte le nostre aree di riferimento perché vogliamo essere un esempio non solo di fronte ai clienti, ma soprattutto dinanzi ai nostri dipendenti che rappresentano la vera chiave del nostro successo".

"Abbiamo creduto fortemente nell'importanza dell'innovazione e delle tecnologie digitali per anticipare le dinamiche di mercato e rispondere in modo efficace alle richieste del mondo delle imprese, sviluppando modalità innovative di advocacy e coinvolgimento dell'opinione pubblica. Fra le più recenti innovazioni c'è l'investimento nell'intelligenza artificiale, uno strumento essenziale per potenziare l'attività di comunicazione e relazioni istituzionali, consentire di velocizzare i processi e focalizzare le attività dei nostri colleghi sui processi a più alto valore aggiunto", ha commentato **Gianluca Giansante**.

"Nella società contemporanea, il valore della comunicazione non risiede solo nella capacità di trasmettere informazioni, ma nel modo in cui queste vengono integrate e percepite all'interno del contesto istituzionale, aziendale e sociale. Abbiamo portato a Milano e nel nord del Paese un approccio diversificato, cercando di accompagnare il grande dinamismo che accompagna lo sviluppo di queste aree senza dimenticare che solo con la trasparenza, l'autenticità e la capacità di dialogare su piattaforme diversificate si ottengono risultati positivi e si contribuisce ad una comunicazione efficace. Questi sono i valori che continueranno ad essere alla base del nostro approccio", ha aggiunto **Lelio Alfonso**.

"Internet e i social media hanno radicalmente cambiato il giornalismo, eppure i media tradizionali resistono, e non solo. Continueranno a essere protagonisti della scena dell'informazione, nonostante da anni si parli di crisi irreversibile della carta stampata. Questo perché se da un lato, grazie al web, si è assistito a una parcellizzazione dei media e ad un aumento delle fonti alle quali poter attingere, dall'altro, in un contesto così fluido e in continua evoluzione, il rischio è che si perda la qualità del prodotto, indispensabile per garantire un'informazione corretta. Sta a noi, professionisti della comunicazione, agevolare questo dialogo e garantire terzietà e indipendenza", ha concluso **Federico Fabretti**.

IL GIORNALE D'ITALIA

Il Quotidiano Indipendente

24 ottobre 2024

<https://www.ilgiornaleditalia.it/news/innovazione/654277/serata-roma-dieci-anni-gruppo-comunicazione-gianluca-comin.html>

Serata a Roma per festeggiare i dieci anni del gruppo di comunicazione guidato da Gianluca Comin

Il gruppo Comin & Partners annovera più di 100 professionisti presenti a Roma e Milano e con partnership a Bruxelles, Madrid e Parigi e ha voluto celebrare con molte personalità questo importante traguardo

I mille di Comin & Partners: come Giuseppe Garibaldi, a Roma per festeggiare i dieci anni del suo gruppo di comunicazione, Gianluca Comin nel 2024 ha dimostrato di avere tanti amici, a destra, a sinistra e al centro. Nel Palazzo delle Esposizioni, caro al Comune di Roma, sono arrivati ministri e sindaci, amministratori delegati "di peso" e molti giornalisti. Dopo un intervento "dissacrante" dell'attore Neri Marcoré, che tutti ricordano per una storica imitazione di Maurizio Gasparri che non però viene mai ripetuta, ecco Francesco Lollobrigida, il ministro dell'Agricoltura e della Sovranità Alimentare. C'è il sindaco di Roma Roberto Gualtieri, scortato come da tradizione dal fidatissimo Luigi Coldagelli. Avanza il primo cittadino di Napoli Gaetano Manfredi, già ministro, in compagnia di Carlo Puca. Non mancano Marco Tardelli con la sua Myrta Merlino, e poi il numero uno di Acea Fabrizio Palermo. L'ex ministro Angelino Alfano attira l'attenzione dei presenti, a cominciare dal democristiano di sempre Renzo Lusetti, e Bruno Vespa arriva a via Nazionale dopo aver omaggiato Marina Berlusconi nel suo nuovo bookstore Mondadori nella Galleria Alberto Sordi. Il gruppo Comin & Partners annovera più di 100 professionisti presenti a Roma e Milano e con partnership a Bruxelles, Madrid e Parigi e ha voluto celebrare con molte personalità questo importante traguardo. Quasi infinita la lista dei clienti di Comin & Partners, dichiarati ufficialmente anche nel suo sito: UniCredit, Sky, Ntt Data, Parco Archeologico del Colosseo, Amazon, Duferco Energia, Fendi, Fincantieri, Luiss Business School, Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, Nexi, Alitalia, Ald Automotive, Aeroporto di Catania, Anas, Aston Martin, Bmw, Ferservizi, Grandi Stazioni, Enav, Mose, Rfi, Banca Finnat, Banca Ifis, BdM Banca, Blackstone, Cinecittà, Chiesi, Confagricoltura, Confartigianato, Fondazione Patrimonio Italia, Glencore, Honeywell, Igt, Iliad, Invimit, Pinko, Prelios, Roche, Rummo, Simest, Snam, Sorgenia, Treccani, Trenitalia e molti altri ancora.

24 ottobre 2024

<https://www.affaritaliani.it/economia/comin-partners-compie-dieci-anni-innovazione-e-formazione-per-un-nuovo-modello-di-comunicazione-integrata-941841.html>

Comin & Partners compie dieci anni: Innovazione e formazione per un nuovo modello di comunicazione integrata

Festeggiato ieri al Palazzo delle Esposizioni, con centinaia di ospiti, il compleanno della società di consulenza fondata nel 2014 che conta su un team di oltre 80 giovani, tra Roma e Milano, e un fatturato superiore a 16 milioni di euro

Comin & Partners compie dieci anni: Innovazione e formazione per un nuovo modello di comunicazione integrata

Dieci anni di sfide, creatività e crescita professionale, per affermare e sperimentare un nuovo modello di comunicazione in grado di coniugare competenze strategiche, specialistiche e innovative nella gestione della reputazione. Questo il percorso, e la mission, di Comin & Partners, la società di consulenza strategica nata nel 2014 e guidata da **Gianluca Comin, Elena Di Giovanni, Gianluca Giansante, Lelio Alfonso e Federico Fabretti**. Cinque soci, cinque percorsi diversi, uniti da una visione condivisa fondata su un approccio integrato, necessario per mettere le esigenze del cliente al centro dell'analisi del panorama politico, sociale ed economico.

Per festeggiare questo importante compleanno si sono ritrovati ieri sera al Palazzo delle Esposizioni in tantissimi: autorità, collaboratori di oggi e del passato, clienti e amici dei diversi mondi che quotidianamente intrecciano le proprie relazioni con quelle della società leader in questo settore cruciale della consulenza per chi opera sia nel privato sia nel pubblico. La serata è stata orchestrata dall'attore e showman televisivo **Neri Marcorè**, che ha presentato i diversi momenti della festa e intervistato i soci di Comin & Partners su aneddoti del passato ma anche sulle prospettive future della società.

Con un team di **oltre 80 dipendenti**, la cui età media è 32 anni, e un fatturato che negli ultimi cinque anni ha registrato un tasso annuo di crescita del 17,30% per attestarsi oggi a oltre 16 milioni di euro, Comin & Partners ha anticipato le esigenze di un contesto in continua evoluzione, ampliando le proprie aree di interesse e investendo sulla formazione delle nuove generazioni, come testimonia l'**Academy**, lanciata per formare giovani talenti. Oltre a consolidare la sua leadership in Italia, a Roma e Milano (dove è presente dal 2019), la società ha stretto alleanze con **Must & Partners** e **No Com**, aprendosi così ai mercati di Bruxelles, Parigi e Madrid e con **Avventura Urbana**, per i processi di gestione del consenso e i dibattiti pubblici.

I progetti ideati da Comin & Partners spaziano in diversi ambiti: da **Scenario Italia**, il bollettino settimanale di approfondimento su istituzioni e politica, a **Comprendere**, la rivista quadrimestrale coordinata dal professor **Giulio Sapelli** e diretta da **Lelio Alfonso**; dalla collaborazione con **KPI6**, che ha portato all'elaborazione di indagini sulla reputazione digitale dei maggiori brand del lusso e non solo, alla collaborazione con **Factanza Media**, tra le piattaforme online più influenti.

Ma anche il **Forum in Masseria** con **Bruno Vespa**, da quattro anni uno degli appuntamenti più attesi dai politici, dalle istituzioni e dalla stampa italiana. Senza dimenticare la sostenibilità, da sempre un pilastro del pensiero strategico di Comin & Partners, come dimostra il progetto "**We belong to Sustainability**", lanciato nel luglio 2021 in collaborazione con **Open Impact** e **Obiettivo Cinque** per integrare i valori ESG all'interno dei servizi offerti alle aziende: dai bilanci di sostenibilità al percorso di accompagnamento alla certificazione di parità.

"Il nostro coraggio risiede, innanzitutto, nella capacità di adattarci alle nuove sfide, presenti e future, e di comprendere gli orizzonti di un contesto sempre più complesso e interconnesso, qual è il mondo della comunicazione e delle relazioni istituzionali, caratterizzati da nuovi strumenti digitali e dinamiche globali", ha dichiarato **Gianluca Comin**, presidente di Comin & Partners, dando il benvenuto alla festa del decennale.

"In questi dieci anni siamo riusciti ad anticipare le trasformazioni, mantenendo sempre al centro l'innovazione e l'eccellenza nel servire i clienti. Lo abbiamo fatto puntando su ragazze e ragazzi giovani che ogni giorno contribuiscono a plasmare, con determinazione ed entusiasmo, il futuro del nostro mestiere. La curiosità e l'attenzione verso ogni aspetto della società ci ha portati ad essere leader nella gestione del crisis management, consapevoli che da una crisi aziendale può nascere un'opportunità, come una maggiore consapevolezza della necessità di aggiornare strumenti e processi per stare al passo di un mondo che cambia".

“Il nostro segreto è nell’essere riusciti a fare squadra con persone appassionate come noi e nell’aver sempre tenuto un atteggiamento ricettivo nei confronti delle novità anche in un settore, come quello della cultura, che aveva bisogno di un rinnovamento nella comunicazione”, ha affermato **Elena Di Giovanni**, vicepresidente di Comin & Partners.

“Un altro elemento è stato credere nella sensibilizzazione di opinione pubblica, imprese e istituzioni sull’importanza delle pari opportunità; siamo i primi, in azienda, a garantire un equilibrio uomo-donna in tutte le nostre aree di riferimento perché vogliamo essere un esempio non solo di fronte ai clienti, ma soprattutto dinanzi ai nostri dipendenti che rappresentano la vera chiave del nostro successo”.

“Abbiamo creduto fortemente nell’importanza dell’innovazione e delle tecnologie digitali per anticipare le dinamiche di mercato e rispondere in modo efficace alle richieste del mondo delle imprese, sviluppando modalità innovative di advocacy e coinvolgimento dell’opinione pubblica. Fra le più recenti innovazioni c’è l’investimento nell’intelligenza artificiale, uno strumento essenziale per potenziare l’attività di comunicazione e relazioni istituzionali, consentire di velocizzare i processi e focalizzare le attività dei nostri colleghi sui processi a più alto valore aggiunto”, ha commentato **Gianluca Giansante**.

“Nella società contemporanea, il valore della comunicazione non risiede solo nella capacità di trasmettere informazioni, ma nel modo in cui queste vengono integrate e percepite all’interno del contesto istituzionale, aziendale e sociale. Abbiamo portato a Milano e nel nord del Paese un approccio diversificato, cercando di accompagnare il grande dinamismo che accompagna lo sviluppo di queste aree senza dimenticare che solo con la trasparenza, l’autenticità e la capacità di dialogare su piattaforme diversificate si ottengono risultati positivi e si contribuisce ad una comunicazione efficace. Questi sono i valori che continueranno ad essere alla base del nostro approccio”, ha aggiunto **Lelio Alfonso**.

“Internet e i social media hanno radicalmente cambiato il giornalismo, eppure i media tradizionali resistono, e non solo. Continueranno a essere protagonisti della scena dell’informazione, nonostante da anni si parli di crisi irreversibile della carta stampata. Questo perché se da un lato, grazie al web, si è assistito a una parcellizzazione dei media e ad un aumento delle fonti alle quali poter attingere, dall’altro, in un contesto così fluido e in continua evoluzione, il rischio è che si perda la qualità del prodotto, indispensabile per garantire un’informazione corretta. Sta a noi, professionisti della comunicazione, agevolare questo dialogo e garantire terzietà e indipendenza”, ha concluso **Federico Fabretti**



ilSussidiario.net

il quotidiano approfondito

24 ottobre 2024

<https://www.ilsussidiario.net/news/comin-partners-compie-10-anni-come-rivoluzionare-la-comunicazione-anticipando-il-futuro/2764404/amp/>

CRONACA ROMA

Comin & Partners compie 10 anni/ Come rivoluzionare la comunicazione anticipando il futuro

Lorenzo Drigo - Pubblicato 24 Ottobre 2024 - Aggiornato alle ore 21:35

Nella giornata di ieri, in quel di Palazzo delle Esposizioni, a Roma, si è celebrato in uno scenario incantevole il decimo 'compleanno' della società di consulenza **Comin & Partners** che dal 2014 ha saputo cogliere al meglio le sfide di un'era sempre più digitalizzata percorrendo una strada che l'ha resa una delle più importanti aziende italiane operative nel settore: a capo di questa impresa tutti i soci – **Gianluca Comin, Elena Di Giovanni, Gianluca Giansante, Lelio Alfonso e Federico Fabretti** – presenti ieri sul palco romano festeggiati da centinaia di graditissimi ed importanti ospiti.

Soffermandoci un attimo su Comin & Partners vale la pena ricordare al volo che attualmente il team – dislocato tra Roma e Milano, ma operativo anche a Bruxelles, Parigi e Madrid grazie all'aiuto di **Must & Partners** e di **No Com** – conta **80 dipendenti con un'età media di 32 anni**, con un fatturato cresciuto in media del 17,3 per cento nel corso dell'ultimo quinquennio e che oggi ha raggiunto i **16 milioni di euro**: nel frattempo – a riprova dell'interesse di Comin & Partners per le giovani menti del futuro – è stato avviato il percorso formativo dell'**Academy**.

Grazie alla sua rapidissima crescita Comin & Partners è riuscito a mettere in piedi una serie di progetti di valore come il bollettino politico settimanale **Scenario Italia**, oppure la rivista – che coordinata del professor Sapelli e diretta da Lelio Alfonso – **Comprendere**, ma anche *'We belong to Sustainability'* incentrato – appunto – sulla sostenibilità con il supporto di **Open Impact e Obiettivo Cinque** e il famosissimo **Forum in Masseria** con Bruno Vespa; senza dimenticare le collaborazioni con realtà come (l'apprezzatissima dai giovani) **Factanza Media e KPI6**.

Tornando all'evento per i **10 anni di Comin & Partners** è interessante notare che a Palazzo delle Esposizioni si sono ritrovati centinaia di ospiti tra i clienti storici, gli amici di una vita, alcune autorità pubbliche e i collaboratori e dipendenti; il tutto animato dalla voce e della performance di **Neri Marcorè** che con grande intelligenza, simpatia e arguzia ha saputo ripercorrere la storia della società attraverso il suo umorismo con le interviste ai soci in un clima conviviale e di grande partecipazione emotiva. Il tutto impreziosito dai vini 'Noi tre', 'Raccontami' e 'Donna Augusta' della **cantina di Bruno Vespa**.

Comin & Partners: “Continueremo ad essere al fianco di imprese e aziende in un settore in continuo mutamento”

*“Il nostro coraggio – commenta il presidente di Comin & Partners **Gianluca Comin** – risiede nella capacità di adattarci alle nuove sfide (...) e di comprendere gli orizzonti di un contesto complesso e interconnesso”* come quello in cui ci troviamo tutti i giorni a vivere: *“In questi dieci anni – continua – siamo riusciti ad anticipare le trasformazioni”* tenendo sempre puntata la bussola su *“innovazione ed eccellenza”*, dando il giusto e meritato spazio *“ai giovani”* che presto prenderanno in mano le redini della comunicazione pubblica; rendendoli – conclude – *“leader nella gestione del crisis management”*.

La vice **Elena Di Giovanni** – dal conto suo – ha posto l'accento sulla capacità di Comin & Partners di *“fare squadra con persone appassionate”* mantenendo un costante *“atteggiamento ricettivo nei confronti delle novità”*; citando poi anche la *“sensibilizzazione di opinione pubblica, imprese e istituzioni sull'importanza delle pari opportunità”* che per primi garantiscono nelle varie *“aree di riferimento”* aziendali rendendosi un vero e proprio *“esempio [per i] clienti (...) e i dipendenti”*.

“Abbiamo creduto fortemente – prosegue il socio di Comin & Partners **Gianluca Giansante** – *nell'importanza dell'innovazione e delle tecnologie digitali”* per prevedere, anticipare e rispondere ai mutamenti del mercato *“sviluppando modalità innovative di advocacy e coinvolgimento dell'opinione pubblica”*; mentre **Lelio Alfonso** si è concentrato sull'importanza *“nella società contemporanea”* di non saper solo *“trasmettere le informazioni”* ma anche di *“integrarle e percepirle all'interno del contesto istituzionale, aziendale e sociale”* in un vero e proprio *“approccio diversificato”* che ben si adatta ad *“dinamismo”* del settore trasmettendo *“trasparenza, autenticità e capacità di dialogo su ogni piattaforma”*

Infine, **Federico Fabretti** si è concentrato sul settore del *“giornalismo”* profondamente cambiato a causa di *“internet e social”* e al centro di una *“crisi irreversibile della carta stampata che tuttavia resiste”* perché non si è mai attenuata la volontà di trovare una certa *“qualità”* e *“un'informazione corretta”*: per questo spetta proprio a *“noi professionisti della comunicazione agevolare questo dialogo e garantire terzietà e indipendenza”*.

Mediatrends.

Understanding how communication shapes the world

25 ottobre 2024

<https://www.mediatrends.it/comin-partners-festeggia-i-10-anni-con-un-festa-in-stile-la-grande-bellezza/>

Comin & Partners festeggia i 10 anni con un festa in stile “La grande bellezza”

Mancava solo Jep Gambardella, ma non ne siamo sicuri. Al Palazzo delle Esposizioni (Roma), politici, amministratori delegati, lobbisti, giornalisti, e non solo, si sono riuniti per il decennale, al quale abbiamo avuto il piacere di partecipare, della società di consulenza strategica Comin & Partners, che oggi conta su un team di oltre 80 giovani dipendenti, tra Roma e Milano, e un fatturato superiore a 16 milioni di euro.

Comin & Partners

Dieci anni di sfide, creatività e crescita professionale, per affermare e sperimentare un nuovo modello di comunicazione in grado di coniugare competenze strategiche, specialistiche e innovative nella gestione della reputazione. Questo il percorso, e la mission, di Comin & Partners, la società di consulenza strategica nata nel 2014 e guidata da **Gianluca Comin**, **Elena Di Giovanni**, **Gianluca Giansante**, **Lelio Alfonso** e **Federico Fabretti**. Cinque soci, cinque percorsi diversi, uniti da una visione condivisa fondata su un approccio integrato, necessario per mettere le esigenze del cliente al centro dell'analisi del panorama politico, sociale ed economico.

Il festeggiamento

Per festeggiare questo importante compleanno si sono ritrovati lo scorso mercoledì sera al Palazzo delle Esposizioni circa mille ospiti che quotidianamente intrecciano le proprie relazioni con quelle della società leader in questo settore cruciale della consulenza per chi opera sia nel privato sia nel pubblico. La serata è stata orchestrata dall'attore e showman televisivo **Neri Marcorè**, che ha presentato i diversi momenti della festa e intervistato i soci di Comin & Partners su aneddoti del passato ma anche sulle prospettive future della società.

Il team e i progetti

Con un team di **oltre 80 dipendenti**, la cui età media è 32 anni, e un fatturato che negli ultimi cinque anni ha registrato un tasso annuo di crescita del 17,30% per attestarsi oggi a oltre 16 milioni di euro, Comin & Partners ha anticipato le esigenze di un contesto in continua evoluzione, ampliando le proprie aree di interesse e investendo sulla formazione delle nuove generazioni, come testimonia l'**Academy**, lanciata per formare giovani talenti. Oltre a consolidare la sua leadership in Italia, a Roma e Milano (dove è presente dal 2019), la società ha stretto alleanze con **Must & Partners** e **No Com**, aprendosi così ai mercati di Bruxelles, Parigi e Madrid e con **Avventura Urbana**, per i processi di gestione del consenso e i dibattiti pubblici.

I progetti ideati da Comin & Partners spaziano in diversi ambiti: da **Scenario Italia**, il bollettino settimanale di approfondimento su istituzioni e politica, a *Comprendere*, la rivista quadrimestrale coordinata dal professor **Giulio Sapelli** e diretta da **Lelio Alfonso**; dalla collaborazione con **KPI6**, che ha portato all'elaborazione di indagini sulla reputazione digitale dei maggiori brand del lusso e non solo, alla collaborazione con **Factanza Media**, tra le piattaforme online più influenti.

Ma anche il **Forum in Masseria** con **Bruno Vespa**, da quattro anni uno degli appuntamenti più attesi dai politici, dalle istituzioni e dalla stampa italiana. Senza dimenticare la sostenibilità, da sempre un pilastro del pensiero strategico di Comin & Partners, come dimostra il progetto "**We belong to Sustainability**", lanciato nel luglio 2021 in collaborazione con **Open Impact** e **Obiettivo Cinque** per integrare i valori ESG all'interno dei servizi offerti alle aziende: dai bilanci di sostenibilità al percorso di accompagnamento alla certificazione di parità.

Le dichiarazioni dei protagonisti

"Il nostro coraggio risiede, innanzitutto, nella capacità di adattarci alle nuove sfide, presenti e future, e di comprendere gli orizzonti di un contesto sempre più complesso e interconnesso, qual è il mondo della comunicazione e delle relazioni istituzionali, caratterizzati da nuovi strumenti digitali e dinamiche globali", ha dichiarato Gianluca Comin, presidente di Comin & Partners, dando il benvenuto alla festa del decennale. "In questi dieci anni siamo riusciti ad anticipare le trasformazioni, mantenendo sempre al centro l'innovazione e l'eccellenza nel servire i clienti. Lo abbiamo fatto puntando su ragazze e ragazzi giovani che ogni giorno contribuiscono a plasmare, con determinazione ed entusiasmo, il futuro del nostro mestiere. La curiosità e l'attenzione verso ogni aspetto della società ci ha portati ad essere leader nella gestione del crisis management, consapevoli che da una crisi aziendale può nascere un'opportunità, come una maggiore consapevolezza della necessità di aggiornare strumenti e processi per stare al passo di un mondo che cambia".

“Il nostro segreto è nell’essere riusciti a fare squadra con persone appassionate come noi e nell’aver sempre tenuto un atteggiamento ricettivo nei confronti delle novità anche in un settore, come quello della cultura, che aveva bisogno di un rinnovamento nella comunicazione”, ha affermato Elena Di Giovanni, vicepresidente di Comin & Partners. “Un altro elemento è stato credere nella sensibilizzazione di opinione pubblica, imprese e istituzioni sull’importanza delle pari opportunità; siamo i primi, in azienda, a garantire un equilibrio uomo-donna in tutte le nostre aree di riferimento perché vogliamo essere un esempio non solo di fronte ai clienti, ma soprattutto dinanzi ai nostri dipendenti che rappresentano la vera chiave del nostro successo”.

“Abbiamo creduto fortemente nell’importanza dell’innovazione e delle tecnologie digitali per anticipare le dinamiche di mercato e rispondere in modo efficace alle richieste del mondo delle imprese, sviluppando modalità innovative di advocacy e coinvolgimento dell’opinione pubblica. Fra le più recenti innovazioni c’è l’investimento nell’intelligenza artificiale, uno strumento essenziale per potenziare l’attività di comunicazione e relazioni istituzionali, consentire di velocizzare i processi e focalizzare le attività dei nostri colleghi sui processi a più alto valore aggiunto”, ha commentato Gianluca Giansante.

“Nella società contemporanea, il valore della comunicazione non risiede solo nella capacità di trasmettere informazioni, ma nel modo in cui queste vengono integrate e percepite all’interno del contesto istituzionale, aziendale e sociale. Abbiamo portato a Milano e nel nord del Paese un approccio diversificato, cercando di accompagnare il grande dinamismo che accompagna lo sviluppo di queste aree senza dimenticare che solo con la trasparenza, l’autenticità e la capacità di dialogare su piattaforme diversificate si ottengono risultati positivi e si contribuisce ad una comunicazione efficace. Questi sono i valori che continueranno ad essere alla base del nostro approccio”, ha aggiunto Lelio Alfonso.

“Internet e i social media hanno radicalmente cambiato il giornalismo, eppure i media tradizionali resistono, e non solo. Continueranno a essere protagonisti della scena dell’informazione, nonostante da anni si parli di crisi irreversibile della carta stampata. Questo perché se da un lato, grazie al web, si è assistito a una parcellizzazione dei media e ad un aumento delle fonti alle quali poter attingere, dall’altro, in un contesto così fluido e in continua evoluzione, il rischio è che si perda la qualità del prodotto, indispensabile per garantire un’informazione corretta. Sta a noi, professionisti della comunicazione, agevolare questo dialogo e garantire terzietà e indipendenza”, ha concluso Federico Fabretti.



24 ottobre 2024

<https://askanews.it/2024/10/24/10-anni-comin-partners-nuovo-modello-di-comunicazione-integrata/>

INFO E IMPRESE

10 anni Comin & Partners, “nuovo modello di comunicazione integrata”

Team di oltre 80 giovani e fatturato superiore a 16 milioni

OTT 24, 2024  **Comunicazione**

Roma, 24 ott. (askanews) – Dieci anni di sfide, creatività e crescita professionale, per affermare e sperimentare un nuovo modello di comunicazione in grado di coniugare competenze strategiche, specialistiche e innovative nella gestione della reputazione. Questo il percorso, e la mission, di Comin & Partners, la società di consulenza strategica nata nel 2014 e guidata da Gianluca Comin, Elena Di Giovanni, Gianluca Giansante, Lelio Alfonso e Federico Fabretti. Cinque soci, cinque percorsi diversi, uniti da una visione condivisa fondata su un approccio integrato, necessario per mettere le esigenze del cliente al centro dell’analisi del panorama politico, sociale ed economico.

Per festeggiare questo importante compleanno si sono ritrovati al Palazzo delle Esposizioni di Roma in tantissimi: autorità, collaboratori di oggi e del passato, clienti e amici dei diversi mondi che quotidianamente intrecciano le proprie relazioni con quelle della società leader in questo settore cruciale della consulenza per chi opera sia nel privato sia nel pubblico. La serata è stata orchestrata dall'attore e showman televisivo Neri Marcorè, che ha presentato i diversi momenti della festa e intervistato i soci di Comin & Partners su aneddoti del passato ma anche sulle prospettive future della società.

Con un team di oltre 80 dipendenti, la cui età media è 32 anni, e un fatturato che negli ultimi cinque anni ha registrato un tasso annuo di crescita del 17,30% per attestarsi oggi a oltre 16 milioni di euro, Comin & Partners ha anticipato le esigenze di un contesto in continua evoluzione, ampliando le proprie aree di interesse e investendo sulla formazione delle nuove generazioni, come testimonia l'Academy, lanciata per formare giovani talenti. Oltre a consolidare la sua leadership in Italia, a Roma e Milano (dove è presente dal 2019), la società ha stretto alleanze con Must & Partners e No Com, aprendosi così ai mercati di Bruxelles, Parigi e Madrid e con Avventura Urbana, per i processi di gestione del consenso e i dibattiti pubblici.

I progetti ideati da Comin & Partners spaziano in diversi ambiti: da Scenario Italia, il bollettino settimanale di approfondimento su istituzioni e politica, a Comprendere, la rivista quadrimestrale coordinata dal professor Giulio Sapelli e diretta da Lelio Alfonso; dalla collaborazione con KPI6, che ha portato all'elaborazione di indagini sulla reputazione digitale dei maggiori brand del lusso e non solo, alla collaborazione con Factanza Media, tra le piattaforme online più influenti.

Ma anche il Forum in Masseria con Bruno Vespa, da quattro anni uno degli appuntamenti più attesi dai politici, dalle istituzioni e dalla stampa italiana. Senza dimenticare la sostenibilità, da sempre un pilastro del pensiero strategico di Comin & Partners, come dimostra il progetto "We belong to Sustainability", lanciato nel luglio 2021 in collaborazione con Open Impact e Obiettivo Cinque per integrare i valori ESG all'interno dei servizi offerti alle aziende: dai bilanci di sostenibilità al percorso di accompagnamento alla certificazione di parità.

“Il nostro coraggio risiede, innanzitutto, nella capacità di adattarci alle nuove sfide, presenti e future, e di comprendere gli orizzonti di un contesto sempre più complesso e interconnesso, qual è il mondo della comunicazione e delle relazioni istituzionali, caratterizzati da nuovi strumenti digitali e dinamiche globali”, ha dichiarato Gianluca Comin, presidente di Comin & Partners, dando il benvenuto alla festa del decennale: “In questi dieci anni siamo riusciti ad anticipare le trasformazioni, mantenendo sempre al centro l’innovazione e l’eccellenza nel servire i clienti. Lo abbiamo fatto puntando su ragazze e ragazzi giovani che ogni giorno contribuiscono a plasmare, con determinazione ed entusiasmo, il futuro del nostro mestiere. La curiosità e l’attenzione verso ogni aspetto della società ci ha portati ad essere leader nella gestione del crisis management, consapevoli che da una crisi aziendale può nascere un’opportunità, come una maggiore consapevolezza della necessità di aggiornare strumenti e processi per stare al passo di un mondo che cambia”.

“Il nostro segreto è nell’essere riusciti a fare squadra con persone appassionate come noi e nell’aver sempre tenuto un atteggiamento ricettivo nei confronti delle novità anche in un settore, come quello della cultura, che aveva bisogno di un rinnovamento nella comunicazione”, ha affermato Elena Di Giovanni, vicepresidente di Comin & Partners: “Un altro elemento è stato credere nella sensibilizzazione di opinione pubblica, imprese e istituzioni sull’importanza delle pari opportunità; siamo i primi, in azienda, a garantire un equilibrio uomo-donna in tutte le nostre aree di riferimento perché vogliamo essere un esempio non solo di fronte ai clienti, ma soprattutto dinanzi ai nostri dipendenti che rappresentano la vera chiave del nostro successo”.

“Abbiamo creduto fortemente nell’importanza dell’innovazione e delle tecnologie digitali per anticipare le dinamiche di mercato e rispondere in modo efficace alle richieste del mondo delle imprese, sviluppando modalità innovative di advocacy e coinvolgimento dell’opinione pubblica. Fra le più recenti innovazioni c’è l’investimento nell’intelligenza artificiale, uno strumento essenziale per potenziare l’attività di comunicazione e relazioni istituzionali, consentire di velocizzare i processi e focalizzare le attività dei nostri colleghi sui processi a più alto valore aggiunto”, ha commentato Gianluca Giansante.

“Nella società contemporanea, il valore della comunicazione non risiede solo nella capacità di trasmettere informazioni, ma nel modo in cui queste vengono integrate e percepite all’interno del contesto istituzionale, aziendale e sociale. Abbiamo portato a Milano e nel nord del Paese un approccio diversificato, cercando di accompagnare il grande dinamismo che accompagna lo sviluppo di queste aree senza dimenticare che solo con la trasparenza, l’autenticità e la capacità di dialogare su piattaforme diversificate si ottengono risultati positivi e si contribuisce ad una comunicazione efficace. Questi sono i valori che continueranno ad essere alla base del nostro approccio”, ha aggiunto Lelio Alfonso.

“Internet e i social media hanno radicalmente cambiato il giornalismo, eppure i media tradizionali resistono, e non solo. Continueranno a essere protagonisti della scena dell’informazione, nonostante da anni si parli di crisi irreversibile della carta stampata. Questo perché se da un lato, grazie al web, si è assistito a una parcellizzazione dei media e ad un aumento delle fonti alle quali poter attingere, dall’altro, in un contesto così fluido e in continua evoluzione, il rischio è che si perda la qualità del prodotto, indispensabile per garantire un’informazione corretta. Sta a noi, professionisti della comunicazione, agevolare questo dialogo e garantire terzietà e indipendenza”, ha concluso Federico Fabretti.

