

CAMPIONI DEL PUBLIC AFFAIRS

UNA PROFESSIONALITÀ CHE NON CONOSCE CRISI

IN UN SETTORE IN CONTINUA EVOLUZIONE E INNOVAZIONE,
COMIN & PARTNERS CONTINUA A RAPPRESENTARE
UNA REALTÀ INTERESSANTE E DINAMICA

INTERVISTA DI DONATO OCCHILUPO

● **COMIN & PARTNERS** è, da anni, tra le più importanti agenzie nel mercato del Public Affairs e della Comunicazione corporate con fatturato e reputazione sempre ai massimi nonostante il settore sia in continuo cambiamento. Con Gianluca Comin – fondatore e presidente della società oltre che docente presso la Luiss 'Guido Carli' – proviamo a fare un'analisi a tutto tondo.

È il mercato del lobbying a non conoscere crisi o è la crescente difficoltà delle aziende ad alimentarlo?

Il nostro è un settore in continua evoluzione e innovazione. La lobby si trasforma in advocacy, utilizza linguaggi e strumenti della comunicazione politica, entra in territori inesplorati come la gestione e risoluzione dei conflitti territoriali per la localizzazione e realizzazione di grandi infrastrutture, industrie e complessi residenziali.

In tutto questo noi ci siamo, con un gruppo di più di sessanta giovani professionisti tra Roma e Milano e con uno sguardo attento a ciò che accade all'estero. Parlando di lobbying in senso stretto, il settore è in costante crescita in Italia per almeno due ragioni.

Da un lato assistiamo sempre più allo svilupparsi di una cultura delle relazioni istituzionali nelle aziende italiane, dall'altro è nella natura stessa del

nostro sistema politico istituzionale che va ricercata la causa della crescita del settore. In media, i governi italiani rimangono in carica poco più di un anno.

Servono dunque professionisti che sappiano navigare in questa instabilità che genera incertezza, analizzando gli scenari, raccontando i cambiamenti, definendo strategie.

Per questo il lobbying professionale, da distinguere dagli apprendisti stregoni, è in crescita, perché aumenta la consapevolezza delle aziende circa la necessità di avere partner che stiano dentro questi processi e aiutino a interpretarli e, laddove possibile, anticiparli, non solo basandosi sulle relazioni ma soprattutto sulla conoscenza delle materie.

Questa intuizione ci ha permesso ora di godere della reputazione che abbiamo e di essere coinvolti nelle partite più importanti del Paese.

Comin & Partners si presenta al mercato come una agenzia di consulenza strategica e comunicazione istituzionale con un approc-

“

In un mondo in cui la comunicazione richiede sempre più un approccio integrato, **crediamo nella efficacia di poter disporre di tutte le leve della comunicazione a 360°**: dal lobbying alle media relation, dalle strategie alla comunicazione digitale

cio integrato. È possibile separare il Public Affairs dal resto dell'attività?

Separare il Public Affairs dalle altre attività tipiche della comunicazione integrata è sicuramente possibile e sono molte le società di consulenza in Italia a condurre con successo questo tipo di lavoro. Anche Comin & Partners, per alcuni clienti, gestisce le sole attività di Public Affairs e Stakeholder Engagement. Ma la nostra scelta di creare una struttura di comunicazione integrata deriva da quello che è il passato mio e dei miei soci: da manager di azienda eravamo consapevoli della necessità di strutture che sapessero coniugare tutte le aree della comunicazione a 360 gradi, dal lobbying alle media relations, dalle strategie alla comunicazione digitale. In un mondo in cui la comunicazione richiede sempre più un approccio integrato crediamo nell'efficacia di poter disporre di tutte le leve della comunicazione in maniera congiunta.

Le sensibilità di chi lavora a stretto contatto con i giornalisti unite a quelle di chi opera con le Istituzioni è un valore aggiunto che premia e consente di raggiungere efficacemente gli obiettivi posti dai nostri clienti.

La comunicazione politica si è evoluta nel corso degli anni: dai media alla rete e ora ai social network. Come ha influito, anche operativamente, questo cambio di paradigma?

L'evoluzione del contesto sociale, politico e dei media ha imposto la necessità di ripensare le attività di lobbying. Si parla di Lobby 2.0: nuove realtà tecnologiche e velocità

di informazione hanno permesso ai lobbisti di avvicinarsi in modo nuovo a questa professione, sia sul lato del monitoraggio e analisi sia su quello dell'advocacy. Ci sono insomma nuovi strumenti, perché non utilizzarli per aumentare l'attenzione dei decision maker su tematiche urgenti per la società e le imprese?

Il lobbying continua ad avere un'accezione negativa in alcuni ambienti. Paradossalmente, possiamo affermare che uno dei limiti del settore lobbistico sia quello di non saper comunicare se stesso?

Le relazioni istituzionali per la rappresentanza di interessi sono una realtà ormai imprescindibile in tutte le democrazie pluraliste, caratterizzate da più centri di potere polarizzati, dal riconoscimento di nuovi diritti economici e sociali e da nuove forme di partecipazione. In questo contesto, il lobbista coadiuva le Istituzioni e le amministrazioni nel processo di composizione degli interessi, offrendo un supporto e un apporto conoscitivo ai decisori (anche non eletti) funzionale ad interpretare i diversi contesti in cui viene applicata la legislazione e, dunque, ad adempiere al meglio alla 'scelta pubblica', in linea con i principi riconducibili alla Carta costituzionale. Il lobbista è colui che, professionalmente e in maniera continuativa, rappresenta,

FEDERICO FABRETTI
Partner

ELENA DI GIOVANNI
Co-founder e vicepresidente

GIANLUCA COMIN
Founder e presidente

GIANLUCA GIANSANTE
Partner

LELIO ALFONSO
Partner



CAMPIONI DEL PUBLIC AFFAIRS

a ogni livello, gli interessi, le posizioni e le proposte di soggetti privati verso il decisore pubblico, al fine di favorire un vantaggio o evitare uno svantaggio (di natura economica e sociale).

Si parla da tempo della necessità di regolamentazione dell'attività di lobby. È d'accordo?

Sono decenni che insisto che una legge è necessaria, come avviene in molti Paesi e a Bruxelles. Una regolamentazione, un Albo, ci metterebbe nella condizione di distinguere i professionisti dai dilettanti occasionali. Oggi, se sei un bravo lobbista o meno, infatti, è il mercato a deciderlo. E se questo, da un lato, ha portato ad una sorta di 'selezione naturale' dei professionisti, dall'altro, ha offerto sempre più il fianco all'attività di variegate categorie di soggetti che, pur definendosi tali, non possono essere considerati lobbisti in senso stretto. L'assenza di una regolamentazione unitaria a tutti i livelli istituzionali ha rappresentato per il nostro Paese una lacuna troppo profonda: tale vulnus normativo, inevitabilmente, ha delegittimato non solo il ruolo dei portatori di interessi che agiscono secondo principi di eticità e trasparenza, ma anche quello dei referenti pubblici che non sfruttano a proprio favore lo status di 'decisore' nei processi legislativi. Si può poi certamente affermare che i professionisti del settore non siano stati in grado di narrare le proprie attività e costruire la reputazione positiva del settore. La reputazione diventa oggi invece fattore cruciale per il lobbista, e mantenere una buona reputazione richiede una sempre maggiore trasparenza nelle relazioni e attività, e un report continuo del proprio lavoro. ■

LA SCALATA SILENZIOSA

SEBBENE LE DONNE SIANO GIUNTE, NEGLI ULTIMI ANNI ANCHE IN ITALIA, IN POSIZIONI DI VERTICE DI IMPORTANTI AGENZIE DI LOBBYING, BISOGNA LAVORARE PER RIDURRE IL GAP DI GENERE, NON TANTO NELLA DIMENSIONE FORMALE DI QUESTA ATTIVITÀ, QUANTO NELLE PRATICHE SOCIALI E ORGANIZZATIVE DEL LAVORO

DI MARIA CRISTINA ANTONUCCI

Ricercatrice in Scienze Sociali al CNR

● **TRADIZIONALMENTE** considerata come una professione a vocazione maschile, caratterizzata dai legami di reciproco sostegno dell'Old Boys Network, il lobbying e il Public Affairs vedono, negli ultimi anni, una quota residuale ma crescente di donne nelle carriere.

Un lavoro di La Pira Marchetti Thomas del 2019 rileva che la quota al femminile tra le professioniste iscritte al pubblico registro dei lobbisti raggiunge il 37% del totale. Una analoga ricerca del 2020 di Junk Romeijn Rasmussen che prende in considerazione cinque Stati europei (Germania, Paesi Bassi, Danimarca, Svezia, Regno Unito) rileva la presenza femminile al 30% della professione, mentre i dati italiani, desunti dal principale registro istituzionale disponibile, quello della Camera dei deputati (cui non è obbligatoria l'iscrizione per l'esercizio della

professione) attestano la presenza femminile al 22%. La situazione delle Istituzioni Ue, cui pure l'iscrizione al registro non è obbligatoria ma abilitante all'attività, attesta la presenza femminile al 44,7%.

Esiste quindi un problema di sotto-rappresentazione di genere all'interno del comparto dei public affairs negli stati europei e in particolare in Italia?

La risposta a questa domanda deve considerare una serie di fattori, che tendono non tanto a escludere le donne dalla professione, quanto a rendere l'offerta professionale poco compatibile con le esigenze della vita di una donna.

Tra queste si possono annoverare: 1. il riferimento a una tradizione professionale statunitense, per cui si tratta di un lavoro svolto prevalentemente, e soprattutto nelle posizioni apicali, da personale

“

I dati italiani, desunti dal Registro istituito presso la Camera dei deputati (cui non è obbligatoria l'iscrizione per l'esercizio della professione)

attestano la presenza femminile al 22%

maschile (il citato “Old Boys Network”), con una tendenza organizzativa verso posizioni ancillari delle attività riservate al personale femminile (monitoraggio, organizzazione di incontri/eventi, comunicazione scritta);

2. l'adozione di pratiche professionali (lavoro over time, riunioni a orari frequentemente non consoni con la conciliazione vita-lavoro, ripetute scadenze con carichi di lavoro straordinari, agende imprevedute, dettate dalle urgenze della politica) poco conformi con l'organizzazione della vita di una donna che abbia anche una famiglia.

Emerge tuttavia che, nonostante il contesto difficile, alcune donne siano giunte, negli ultimi anni in Italia, in posizioni di vertice tanto in società di consulenza di Public Affairs quanto in realtà corporate o associative.

Il valore esemplare di queste professioniste giunte all'apice della carriera può valere come modello di ispirazione per le giovani che si avvicinano alla professione e contribuire a ridurre il gap di genere che ancora esiste, non tanto nella dimensione formale di questa attività, quanto nelle pratiche sociali e organizzative del lavoro. ■

LE DONNE DEL LOBBYING IN ITALIA

ANCHE I RISULTATI DELLE ULTIME ELEZIONI politiche ci raccontano della contraddizione con cui si vive il rapporto tra donne e potere nel nostro Paese.

Sebbene dalle urne dello scorso 25 settembre sia scaturito il primo premier donna della storia repubblicana, cambiamento epocale. **Deputate e senatrici elette risultano essere il 31% del totale** (rispetto al 35,3% della passata legislatura). Ancora peggio è andata nell'elezione degli organi di presidenza di Camera e Senato. Nessuna donna è riuscita a conquistare una presidenza di commissione alla Camera dei deputati; 2 su 10 le presidenti di commissione elette al Senato della Repubblica (Giulia Bongiorno, Giustizia, e Stefania Craxi, Affari esteri).

Nel mondo del Public Affairs, in evidente controtendenza, sono sempre di più le donne che riescono a scalare i vertici delle loro società a forza di risultati e lo fanno innovando e portando nel dibattito pubblico il valore aggiunto di sensibilità e concretezza.



SARA AMADEI
DIRECTOR APCO

Guida i due uffici italiani di Roma e Milano della società di consulenza globale americana, con un team di oltre 60 consulenti dopo oltre 15 anni di esperienza maturata in azienda e in società di consulenza. Laureata con lode in Scienze politiche, Economia internazionale e Relazioni diplomatiche presso l'Università di Gorizia, ha conseguito un master in management presso l'ESCP Europe.



PAOLA AMBROSINO
AMMINISTRATORE DELEGATO
SEC NEWGATE ITALIA

Giornalista professionista, entra in SEC nel 1989, a pochi mesi dalla nascita della società fondata da Fiorenzo Tagliabue, partecipando attivamente alla sua crescita e al suo posizionamento, fino a diventare partner e vice-presidente nel 2001. Dal 1° luglio 2021 è amministratore delegato di SEC Newgate Italia Società Benefit, parte del Gruppo oggi presente in 24 Paesi.

CAMPIONI DEL PUBLIC AFFAIRS



ELENA DI GIOVANNI
FOUNDER E VICE-PRESIDENTE
COMIN & PARTNERS

Dopo aver ricoperto ruoli di primo piano gestendo la comunicazione e le relazioni esterne di importanti aziende e fondazioni, crea con Gianluca Comin la società Comin & Partners potendo vantare un'esperienza internazionale di relazioni istituzionali, comunicazione corporate, relazioni con i media e promozione culturale.



FABIANA NACCI
DIRETTRICE RAPPORTI
CON IL PARLAMENTO
UTOPIA LAB

Giornalista pubblicitaria, laureata in Scienze politiche e Relazioni internazionali presso la Luiss 'Guido Carli' di Roma e specializzata in diritto pubblico comparato e tutela della concorrenza. Dopo un'esperienza negli USA si è specializzata nei settori dell'innovazione, tutela del mercato e della concorrenza, sviluppo industriale e fiscalità.



GIULIANA PAOLETTI
FOUNDER E PRESIDENTE
IMAGE BUILDING

Laureata in Economia e commercio, Scienze politiche e Lettere e Filosofia. Dopo un anno a New York presso la Columbia University, inizia la sua carriera professionale, alternandola a quella accademica, fino a diventare Direttore comunicazione e Relazioni Esterne. Nel 1987 fonda Image Building, società che oggi conta oltre 60 dipendenti.



PAOLA PERROTTI
AMMINISTRATORE DELEGATO
FB & ASSOCIATI

Laureata in Scienze politiche presso la Sapienza, il suo è stato un percorso professionale tutto interno a FB & Associati dove approdò, come stageur, poco dopo la sua costituzione. Qualche anno dopo diventa partner della società occupandosi dapprima dello sviluppo della sede di Bruxelles e poi del coordinamento e dello sviluppo di quella di Milano.



CLAUDIA POMPOSO
PARTNER
CATTANEO ZANETTO & CO.

Collabora con CZ&Co. sin dall'apertura della sede romana, dal 2007. Laureata con lode in Relazioni internazionali a Bologna, ha proseguito i suoi studi all'estero e oggi collabora sui temi di Public Affairs e relazioni istituzionali con diverse università e centri di ricerca italiani. È responsabile delle practice Financial services ed Energy.



ROBERTA ROMITI
FOUNDER
DINI ROMITI CONSULTING

Laureata in Giurisprudenza presso la Sapienza. Dopo un'esperienza ventennale nei settori della regolazione, delle relazioni istituzionali e di quelle con le associazioni dei consumatori e di categoria in grandi aziende (Gruppo CIR, Sorgenia Wind, Enel) ha fondato la sua società di consulenza con Francesco Dini nell'agosto del 2020.



LAURA ROVIZZI
FOUNDER E CEO
OPEN GATE ITALIA

Economista, esperta di business development e regolamentazione. Ha lavorato vari anni come ricercatore senior alla London Business School e alla Columbia University di New York. Dopo una lunga carriera manageriale (Olivetti, Omnitel, Enel, Wind Telecomunicazioni) ha fondato Open Gate Italia.



ROSANNA SOVANI
PARTNER
LS CUBE STUDIO LEGALE

Laureata alla Luiss 'Guido Carli', è stata associato di Lovells (ora Hogan Lovells) e di EY Law e responsabile della contrattualistica internazionale, delle tematiche privacy e del Public Affairs per il settore Life Sciences. Coordina il dipartimento di Legal Public Affairs di LS Cube nello stesso settore ed è Public Affairs Spoc per la coalizione #VITA.

CAMPIONI DEL PUBLIC AFFAIRS

LE LISTE

RICAVI OPERATIVI (€)

POSIZIONE		2020	#	2021	Δ
1	CATTANEO ZANETTO & CO. SPA	9.245.583	3	11.662.743	26%
2	COMIN & PARTNERS SRL	9.154.221	4	11.373.441	24%
3	COMMUNITY SB SRL	9.365.125	2	10.050.216	7%
4	INRETE SRL	5.959.703	6	8.294.149	39%
5	IMAGE BUILDING SRL	7.704.833	5	7.514.596	-2%
6	APCO WORLDWIDE SRL	5.028.927	7	7.451.897	48%
7	SEC NEWGATE ITALIA SB. SRL	9.806.245	1	5.788.209*	-41%
8	FB & ASSOCIATI SPA	4.903.914	8	5.768.121	18%
9	EPR COMUNICAZIONE SB SPA	4.193.153	10	5.094.718	22%
10	UTOPIA LAB SRL	4.209.972	9	5.085.566	21%
11	HILL+KNOWLTON STRATEGIES ITALY SRL	4.037.609	11	4.626.982	15%
12	MAPCOM CONSULTING SRL	2.778.906	12	4.438.385	60%
13	POLICY SONAR SRL	1.602.141	13	1.798.582	12%
14	OPEN GATE ITALIA SRL	1.354.175	15	1.698.293	25%
15	DINI ROMITI CONSULTING SRL	508.264	20	1.477.606	191%

* Dati di bilancio riferiti a SEC NEWGATE SPA

Alla data del 15/11/2022 la società non risulta iscritta al 'Registro dei rappresentanti di interessi' della Camera dei deputati

EBIT (€)

POSIZIONE	COSTO DEL PERSONALE		UTILE D'ESERCIZIO		EBIT	
1	COMIN & PARTNERS SRL	2.653.180	-29%	3.426.328	33%	4.827.177
2	CATTANEO ZANETTO & CO. SPA	3.244.745	26%	3.271.552	25%	4.686.567
3	COMMUNITY SB SRL	2.713.575	0%	3.323.618	5%	4.573.777
4	IMAGE BUILDING SRL	2.645.370	3%	2.641.616	17%	3.328.521
5	APCO WORLDWIDE SRL	2.754.467	34%	886.748	82%	1.225.270
6	FB & ASSOCIATI SPA	2.560.278	14%	759.994	67%	1.121.622
7	INRETE SRL	742.308	17%	730.978	63%	1.003.005
8	SEC NEWGATE ITALIA SB SRL	2.201.397	-	702.263	-	995.995
9	MAPCOM CONSULTING SRL	1.937.673	61%	308.154	60%	489.756
10	TELOS A&S SRL	442.329	11%	299.959	85%	418.646
11	DINI ROMITI CONSULTING SRL	236.230	166%	226.325	337%	360.203
12	HILL+KNOWLTON STRATEGIES ITALY SRL	2.384.418	26%	355.967	-19%	271.496
13	EPR COMUNICAZIONE SB SPA	825.807	16%	38.615	-44%	180.262
14	UTOPIA LAB SRL	1.277.085	41%	44.177	-58%	116.136
15	HEALTHCOM CONSULTING SRL	412.225	25%	48.148	-6%	70.568

LE CLASSIFICHE CHE SEGUONO contengono anche – non essendo, come detto, obbligatorio – le società non iscritte al Registro (segnalate in grigio nelle liste) dei rappresentanti di interessi della Camera dei deputati, anche se la componente trasparenza è un parametro fondamentale per la formazione di una qualsiasi lista che abbia un senso in questo settore. Ovviamente, il ritardo nella regolamentazione va imputato al sistema nel suo complesso e non può essere ascritto all'una (i professionisti) o all'altra parte (i politici). Se è vero, come è vero, che la politica è colpevolmente in ritardo, i professionisti non hanno evidentemente svolto una faticosa azione di lobbying in tal senso. I codici etici, di cui molti operatori si sono autonomamente dotati, servono comunque a orientarsi e sono disponibili sui siti di tutte le società classificate.

Quest'anno, dunque, le liste sono state stilate sulla base di tre parametri di bilancio (ricavi operativi, Ebit e crescita dei ricavi rispetto all'anno precedente) e su una survey realizzata da *Fortune Italia* interrogando 40 tra Ceo, responsabili del Public Affairs e del Market Access di grandi aziende, nazionali e multinazionali, associazioni attive nel sociale e 10 giornalisti esperti del settore.

RICAVI OPERATIVI

Dall'analisi dei bilanci 2021, la società che ha fatto registrare la migliore performance in termini di ricavi operativi è stata:

 **Cattaneo Zanetto & Co.**

La società fondata nel 2005 da Alberto Cattaneo, Claudia Pomposo e Paolo Zanetto si è attestata a

poco più di 11,6 mln di euro di ricavi superando, sia pur di poco, Comin & Partners (11,4 mln) e il neo-socio Community Società Benefit che si è fermato a 10 mln di euro.

Nel 2020 era prima in questo tipo di classifica SEC Newgate Spa che, il 1° luglio dello scorso anno, ha lasciato il passo a SEC Newgate Italia Srl Società Benefit con il conferimento del ramo d'azienda operativo (quindi con relativi clienti e collaboratori). La cessione è stata operata per distinguere in modo chiaro il ruolo della holding del Gruppo e quello delle agenzie 'locali'. SEC Newgate Spa, società nata in Italia nel 1989 (allora solo SEC) è oggi a capo di un gruppo internazionale presente in cinque continenti e 24 Paesi. Prima della cessione del ramo di azienda, il fatturato 2021 di SEC Newgate Spa relativo esclusivamente alle attività produttive in Italia - quindi depurato da ogni altro ricavo tipico della holding (es. management fee) - ammontava a 5 mln di euro. Altro fenomeno interessante cui tenere conto sono le partecipazioni che alcune delle firme più importanti hanno in altre società cui 'delegano' specifiche competenze. È il caso di Inrete che possiede il 66,66% di Inpagina Srl, il 51% di

Inrete Digital Srl e il 30% di Inrete Green S.B. Società che, nel complesso, cubano circa 1,3 mln di ulteriori ricavi. Image Building ha dato vita a Image Building 2 di cui possiede il 94,99%. Anche FB & Associati partecipa al 51% M.R. Associati Comunicazione Srl che ha riportato nel 2021 ricavi operativi per oltre 600mila euro.

REDDITIVITÀ

Ebit, come si sa, è l'acronimo di Earnings before interests and taxes ed è un indicatore fondamentale per

consentire di valutare la redditività di una società di capitali. Il calcolo dell'Ebit, quindi, rappresenta il margine prodotto dall'attività senza considerare gli oneri finanziari e le imposte. Nel 2021 il podio di una classifica basata su questo parametro vede primeggiare le stesse tre aziende già in testa alla classifica dei ricavi operativi ma, questa volta, il migliore risulta essere:

 **Comin & Partners**

La società fondata nel 2014 da Gianluca Comin e Elena Di Giovanni,

CRESCITA (% FATTURATO)

POSIZIONE		2021	2020	
1	DINI ROMITI CONSULTING SRL	1.477.606	508.264	191%
2	CONSENSO EUROPA SRL	1.244.696	588.409	112%
3	MAPCOM CONSULTING SRL	4.438.385	2.778.906	60%
4	APCO WORLDWIDE SRL	7.451.897	5.028.927	48%
5	INRETE SRL	8.294.149	5.959.703	39%
6	ITAL COMMUNICATIONS SB SRL	1.405.869	1.110.122	27%
7	CATTANEO ZANETTO & CO. SPA	11.662.743	9.245.583	26%
8	OPEN GATE ITALIA SRL	1.698.293	1.354.175	25%
9	COMIN & PARTNERS SRL	11.373.441	9.154.221	24%
10	TELOS A&S SRL	1.261.746	1.021.899	23%
11	EPR COMUNICAZIONE SB SPA	5.094.718	4.193.153	22%
12	UTOPIA LAB SRL	5.085.566	4.209.972	21%
13	FB & ASSOCIATI SPA	5.768.121	4.903.914	18%
14	HILL+KNOWLTON STRATEGIES ITALY SRL	4.626.982	4.037.609	15%
15	POLICY SONAR SRL	1.798.582	1.602.141	12%

€ 98.576.084

RICAVI OPERATIVI DELLE PRIME 20 AZIENDE DEL SETTORE

CAMPIONI DEL PUBLIC AFFAIRS

è prima con 4,8 mln di euro di Ebit e un utile d'esercizio record di 3,4 mln, in aumento del 33% rispetto all'anno precedente.

Cattaneo Zanetto & Co. e Community Società Benefit occupano, rispettivamente, il secondo e terzo posto con risultati molto simili: Ebit intorno a 4,6 mln e utile a 3,3.

Crescita dei ricavi rispetto all'anno precedente

Il primo dato che emerge, significativo, dall'analisi dei bilanci delle prime 20 aziende del settore (che si alternano, a vario titolo nelle liste di quest'anno) è che queste sono cresciute mediamente del 30% rispetto all'anno precedente. A far registrare il dato migliore sono stati:

★ Dini Romiti Consulting

che, al secondo anno di attività in società, hanno praticamente triplicato i ricavi operativi passando da 488mila a quasi 1,5 mln di euro riuscendo a rientrare anche nella lista delle prime 15 per questo tipo di parametro. Significativi i risultati anche di Consenso Europa, che raddoppia i ricavi attestandosi a 1,25 mln di euro (seconda per crescita, diciannovesima per ricavi). Completa il podio MapCom Consulting che passa da 2,8 a 4,4 mln con un balzo di oltre 1,6 mln di euro di ricavi. Crescono ben oltre la media anche Apco Worldwide e Inrete.

REPUTAZIONE

La survey, realizzata rendendo anonime le risposte, era composta da quattro domande:

1. La sua azienda/organizzazione si è avvalsa negli ultimi 36 mesi di una consulenza in ambito Public Affairs e/o Corporate Communication?
2. La sua azienda/organizzazione nell'avvalersi di servizi di consulenza in ambito Public Affairs e/o Corporate Communication ha utilizzato lo stesso fornitore negli ultimi 36 mesi?
3. Mi sa indicare il nome di un professionista del settore Public Affairs e/o Corporate Communication che, per la sua esperienza, si sente di indicare per essere inserito in una classifica che premi professionalità e reputazione?
4. Il professionista da lei indicato è il suo consulente?

Il punteggio assegnato da ogni scheda è valso tra 1 e 5 punti al professionista indicato e il meccanismo di valutazione non era noto agli intervistati. Ai quesiti 2) e 4) si aveva accesso solo dopo avere risposto positivamente alla domanda precedente. Il professionista indicato ha ricevuto: 5 punti se l'intervistato ha risposto no alla prima

domanda [NO, -, 5, -]; 4 punti se l'intervistato ha risposto affermativamente a tutte le domande [SI, SI, 4, SI]; 3 punti se il professionista indicato è consulente dell'intervistato da meno di tre anni [SI, NO, 3, SI]; 2 punti se l'intervistato, pur avendo cambiato consulente negli ultimi 36 mesi, non abbia come attuale consulente il professionista indicato [SI, NO, 2, NO]; 1 punto se l'intervistato, nonostante si sia avvalso di una consulenza specializzata negli ultimi 36 mesi, lo abbia fatto con un professionista diverso da quello indicato [SI, SI, 1, NO]. Ai giornalisti di settore (10) è stato chiesto di stilare una classifica di tre nomi e a questi, nell'ordine, è stato attribuito un punteggio pari a 3 punti per il primo, 2 punti al secondo e 1 punto al terzo. Dalla survey, il professionista più apprezzato è risultato essere:

★ Alberto Cattaneo

Cattaneo è Founding Partner di Cattaneo Zanetto & Co. e dirige le practice professionali nell'ambito della salute, del gioco, del tabacco e del no-profit per la stessa società.

REPUTAZIONE

POSIZIONE		punti
1	ALBERTO CATTANEO (Cattaneo Zanetto & Co)	38
2	SIMONE DATTOLI (Inrete)	36
3	GIANLUCA COMIN (Comin & Partners)	32
4	GIULIANA PAOLETTI (Image Buiding)	24
5	GIAMPIERO ZURLO (Utopia Lab)	22
6	FABIO BISTONCINI (FB & Associati)	20
7	LAURA ROVIZZI (Open Gate Italia)	20
8	MARIELLA PALAZZOLO (Telos A&S)	14

Gli esiti del sondaggio

I risultati evidenziano da un lato il ruolo 'carismatico' del fondatore, dall'altro il fatto che nelle prime otto posizioni ci sono 'solo' tre donne, mentre delle società classificate nelle stesse posizioni per fatturato quelle a guida femminile sono ben sei e tutte hanno fatto registrare anche ottimi risultati di crescita. ■



Inquadra il
QR Code
per approfondire