



La società di consulenza strategica e relazioni istituzionali di cui sono partner Gianluca Comin, Elena Di Giovanni, Gianluca Giansante, Lelio Alfonso e Federico Fabretti presenta i risultati ottenuti nel corso dell'ultimo anno e i nuovi progetti

di **Vittorio Parazzoli**

Il 2021 è stato un altro anno positivo per Comin & Partners che, infatti, è cresciuta ancora di oltre il 10% a più di 10 milioni di euro di giro d'affari. La società di consulenza strategica e relazioni istituzionali di cui sono partner Gianluca Comin, Elena Di Giovanni, Gianluca Giansante, Lelio Alfonso e Federico Fabretti, con sedi a Roma e Milano, ha ottenuto questo risultato grazie al consolidamento dei clienti esistenti, nell'ordine dei 200, e all'acquisizione di nuovi, da un lato, e alla capacità di organizzarsi per lavorare da remoto ma contemporaneamente presidiare ancora di più i territori - in particolare Veneto, Emilia-Romagna, Toscana, Centro Italia e Campania - per essere più vicini alle esigenze dei clienti, anche se ancora non con proprie sedi dall'altro. Il presidio dei mercati francese e spagnolo è assicurato dalla collaborazione con No Com. Il numero complessivo dei collaboratori ha raggiunto quota 52 con il coinvolgimento di molti nuovi talenti, e anche per questo sono stati nominati quattro nuovi manager: Giorgia Bazurli per Media Relations, Chiara Scilhanick per Comunicazione, Donato Sambugaro per Comunicazione Digitale e Antonio Vella per Public Affairs Sostenibilità.

Integrazione

«Conflict Management» e «We

Industry Per Comin & Partners un 2021 a più di 10 milioni di fatturato, in crescita di oltre il 10%, e un 2022 con focus su sustainability e reputation



Gianluca Comin

Belong to Sustainability» sono gli ultimi due principali progetti che abbiamo lanciato - spiega Comin, che è Presidente dell'agenzia, a DailyMedia -. Il primo ha visto un'integrazione tra Comin & Partners e le attività di Avventura Urbana, società di Iolanda Romano e Andrea Pillon, per integrare filosofie, metodologie e attività al servizio dei nostri clienti per supportarli nelle strategie di costruzione del consenso sul territorio. Tra i progetti sviluppati, quelli per la Centrale EPP a Ostiglia, Solvay a Rosignano, ALIA in Toscana, i dibattiti pubblici sulla Diga Foranea del Porto di Genova, la Circonvallazione di Trent, la Roma-Pescara di RFI e sulla Strada Garganica per Anas. Il secondo lo abbiamo lanciato a luglio, in partnership con Open Impact, start-up innovativa spin-off dell'Università degli Studi di Roma Tor Vergata che misura l'impatto sociale di imprese e politiche pubbliche, e Obiettivo Cinque, società di consulenza che valorizza la parità di genere come asset d'impresa, per sostenere le aziende che vogliono generare valore, rafforzare la reputazione e aumentare la com-

pettività misurando l'impatto sociale e ambientale. Importante anche la partnership per supportare le start-up Luiss stipulata a fine 2021 con Luiss Alumni 4 Growth (LA4G), l'Investment Club della Luiss. La collaborazione sarà volta a incentivare ulteriormente lo sviluppo delle start-up dell'ecosistema LA4G, fornendo loro i nostri servizi di comunicazione strategica. Abbiamo, inoltre, gestito dalla nostra sede milanese varie quotazioni, tra le quali, di recente, quella di Technoprobe, società leader nella progettazione e produzione di Probe Card, che è stata la maggiore quotazione all'Euronext Growth Milan dell'anno, e quella di Defence Tech, realtà italiana che realizza prodotti e tecnologie per la sicurezza nazionale, con particolare attenzione alla Cyber Security, allo Spazio e alla Difesa. Quest'anno, poi, ripeteremo l'esperimento di analisi della reputazione digitale lanciato con KPI6 per l'algoritmo, sulla moda e i brand del lusso nel 2021. L'analisi verrà pubblicata periodicamente due volte l'anno, ad aprile e novembre. Sempre l'anno scorso, infine, siamo entrati, primi della nostra industry, in Assoconsult, l'associazione di Confindustria che riunisce società di consulenza di management, dove io stesso sono stato incaricato di coordinare il progetto di "Advocacy della Consulenza" mirato a studiare e progettare attività e campagne di advocacy e valorizzazione di un settore sempre più importante per la Pubblica Amministrazione e le aziende

in questo momento di sfida e rilancio economico per il Paese».

Il saggio

Da ultimo va ricordato che Comin e Giansante, entrambi docenti alla Luiss Guido Carli, hanno pubblicato a fine ottobre, per i tipi di Marsilio Editore, il saggio "Tu puoi cambiare il mondo", in cui affrontano il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni sull'argomento. Mostrano, ad esempio, come la costruzione di un brand di qualità non sia un lavoro di autopromozione, ma un'attività che alimenta la propria comunità di riferimento, fornendo elementi utili di conoscenza e condividendo il sapere. "Tu puoi cambiare il mondo" attinge a casi di studio e best practice internazionali che raccontano come una buona reputazione non è solo un modo per promuovere le proprie capacità ma può essere utilizzata per far crescere i risultati di un'azienda, stimolare un cambiamento culturale o dare voce e forza a temi sociali. Il testo contiene anche l'analisi di alcuni esempi di successo di costruzione della reputazione personale, dalla Regina Elisabetta II a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, da Banksy a Bebe Vio fino a Francesco Totti. Il volume guida il lettore nella costruzione della propria strategia di comunicazione attraverso casi concreti, un "decalogo" per un posizionamento di qualità e una scheda con domande che aiutano a costruire un percorso per raggiungere i propri obiettivi.