

GRANDI AFFARI Il mercato del public affairs è da tempo in attesa di una legge di settore. Pertanto in Italia non riesce a prendere il largo. Adesso si punta alle Regioni

Lobbisti di periferia

di **Andrea Montanari**

Nel resto del mondo è un'attività fiorente e regolamentata. In Italia, invece, è ancora considerata come un lavoro da guardare con sospetto. Perché, nonostante tutto, la parola lobby difficilmente viene accettata. Si pensa che dietro si celino chissà quali retroscena. Ma forse è la mancanza di una legge, invocata da anni e al momento ferma sul tavolo del presidente della commissione Affari Istituzionali del Senato, Anna Finocchiaro, a non favorire lo sviluppo a pieno regime del business. Che, infatti, bilanci delle principali società del settore alla mano, vale complessivamente solo 13,5 milioni (*tabella qui sopra*). Nulla, rispetto al reale valore del lavoro svolto e dei risultati spesso raggiunti. Anche perché il più delle volte i grandi budget sono gestiti direttamente dalle associazioni di categoria o dalle strutture interne alle grandi aziende. E quindi, alle società di consulenza, di public affairs e di lobbying resta ben poco.

Lo dimostra il fatto che il leader di mercato, la società Cattaneo&Zanetto, di Alberto Cattaneo e Paolo Zanetto, lo scorso anno fatturava 3,93 milioni (con un utile di 626 mila euro), ossia un terzo dell'intero giro d'affari complessivo. Alle loro spalle si piazza, confermando il ruolo di secondo

operatore del mercato, la società di Fabio Bistoncini, specializzata in advocacy e lobbying. La Fb&Associati lo scorso anno aveva chiuso il bilancio con ricavi per 2,53 milioni e profitti per 141 mila. E se le prime due posizioni sono consolidate, la vera novità è rappresentata dal terzo piazzato, che ora non è più Tullio Camiglieri (ex giornalista Mediaset, poi a capo della comunicazione di Stream prima e Sky Italia poi), che dal 2008 è attivo con Open Gate Italia, bensì la prima donna del mercato, Mariella Palazzolo. La sua Telos Analisi&Strategie, con un fatturato 2014 di 1,34 milioni e un utile di 274 mila euro, ha conquistato la medaglia di bronzo dei bilanci. Quando invece nel 2013 Telos era sesta per giro d'affari. Questo cambio di guardia è coinciso con una flessione dell'attività di Open Gate Italia, che tra l'altro è stata l'unica delle 11 società di riferimento a registrare una chiusura d'anno in perdita (-245 mila euro), costringendo i soci, in sede di approvazione del bilancio, ad abbattere e poi ricostituire il capitale con la contestuale uscita di scena dall'azionariato del manager Tommaso Pompei (ex Wind, oggi in Boscolo Group).

Ma la vera novità del mercato del lobbying&public affairs, a detta di tutti gli operatori, è stata l'ingresso in scena di Gianluca Comin (ex Telecom, Montedison ed Enel) con la sua Comin&Partners che ha debuttato lo scorso anno (388 mila di euro di ricavi) e che quest'anno si è consolidata con la firma di parecchi incarichi di peso sul

panorama industriale italiano.

Tutti questi attori ora devono confrontarsi con alcuni trend che paiono emergere sul mercato, almeno in Italia. Il primo è quello dell'ambito territoriale d'azione. Perché se fino a qualche anno fa tutto si concentrava su Roma, con la devoluzione di alcuni poteri alle Regioni italiane, lobbisti e consulenti di

public affairs devono essere più a contatto con governatori e manager pubblici locali. Senza trascurare la presenza in quel di Bruxelles, vera capitale della political intelligence. L'altro fattore da tenere in forte considerazione per il futuro è quel cambio dei referenti:

non più solo i politici di turno in Parlamento, ma ora i riferimenti sono gli opinion maker, professori universitari ed esponenti dei vari think tank (65 quelli censiti dall'associazione Openpolis). Soggetti che con le loro valutazioni o esternazioni possono far cambiare direzione a un decreto o a una proposta di legge. Ma nell'era digitale i lobbisti non possono più trascurare i social network. E se non è affatto vero che Twitter in Italia fa davvero opinione in ambito politico-istituzionale, come invece accade negli Stati Uniti, è altrettanto vero che gli opinion maker ormai li usano per tastare il polso del mercato. (riproduzione riservata)

Quotazioni, altre news e analisi su www.milanofinanza.it/lobby



IL TREND DEL BUSINESS DEI LOBBISTI ITALIANI

Dati in euro

	2014		2013		
	<i>Ricavi</i>	<i>Utile</i>	<i>Ricavi</i>	<i>Utile</i>	
❖ Cattaneo Zanetto & Co.	3.929.266	626.251	3.677.960	578.011	Fonte: elaborazione MF-Milano Finanze su bilanci societari
❖ FB Associati	2.534.134	140.743	2.115.646	18.442	
❖ Telos	1.336.302	274.508	956.560	171.697	
❖ OpenGate	1.300.146	-245.629	1.254.948	11.162	
❖ Reti/Quicktop	1.173.400	23.121	1.117.797	14.589	
❖ Nomos Csp	1.165.465	131.181	1.368.035	154.029	
❖ InRete	890.209	36.056	615.451	13.398	
❖ Strategic Advice	717.471	109.992	660.455	139.362	
❖ ES	647.791	2.277	700.276	3.938	
❖ Utopia Lab	581.173	14.193	348.842	2.659	
❖ Comin & Partners	387.663	127.665	n/a	n/a	

GRAFICA MF-MILANO FINANZA