

Diamo forma alle idee

Communication, entertainment e projects & consulting: sono le tre aree di lavoro e affari che impegnano l'equipe di soci di Valentina Communication, un'illustre agenzia torinese che opera dal 1981 nel settore delle relazioni pubbliche

Valeria De Meo

In trenta anni di attività i numeri e i traguardi ottenuti parlano chiaro: 500 progetti gestiti, 150 clienti sia in Italia che all'estero, 280 conferenze stampa, 46 grandi eventi organizzati. Valentina Communication, fondata nel 1981 da Giuliana Bertin, ex dirigente in Fiat e Olivetti, è una società torinese leader nelle relazioni pubbliche e nella comunicazione *corporate*: mette a disposizione un'ampia gamma di servizi per la creazione di un'immagine su misura, valutando le singole esigenze, i punti di forza e di debolezza del committente, e le diverse aree di intervento.

Impostando il lavoro attraverso sei valori di base, quali creatività, strategia, reattività, professionalità, confronto e risultati, l'agenzia è sempre al passo con i tempi, e lavora per esaltare l'unicità dell'individuo, dell'evento o

dell'impresa.

«La comunicazione – spiega Valentina Parenti, figlia di Giuliana Bertin e amministratore delegato – come un abito, è espressione del proprio modo di essere, e il modo di essere è lo specchio delle idee. Creare un'ottima immagine significa raggiungere una sintonia tra ciò che si è e ciò che si comunica all'esterno». Con la stessa abilità, tecnica e perizia di un sarto, l'agenzia crea un abito ad hoc, che possa dare anima alle idee ed esprimere al meglio le caratteristiche del cliente. Il mercato della comunicazione ha subito un profondo cambiamento negli ultimi anni, diventando estremamente competitivo: lo sviluppo delle tecnologie a portata di tutti ha favorito la nascita di centinaia di agenzie di relazioni pubbliche, rendendo d'obbligo puntare sull'innovazione di qualità.

Valentina Communication è, infatti, in grado di spaziare in svariati settori: dall'arte al *BtoB*, dalla musica all'industria, dall'economia allo sport, per l'organizzazione di grandi eventi e concerti, per classiche attività di ufficio stampa, per progetti e attività di *consulting*. «L'idea di fondo – dichiara la Parenti – è creare *in house* dei prodotti, veri e propri marchi, che realizziamo, gestiamo e lanciamo sul mercato per conto terzi». Aziende, gruppi industriali, enti pubblici, associazioni sono le principali tipologie di clientela che si rivolgono a Valentina Communication. Il cuore degli affari per l'agenzia torinese sono i progetti originali di cui viene curata non solo l'ideazione, la realizzazione e la comunicazione, ma anche l'aggregazione di partner e il



La seconda creatura è nata invece da un progetto di Marco Parenti, partner responsabile della divisione Entertainment. «L'idea di un concorso per giovani talenti musicali – afferma – sulla scia della costruzione di nuovi format, ha dato vita a "Prossima Fermata: il Successo", con il patrocinio della

marketing territoriale. «Una delle prime creature è stata GammaDonna, una piattaforma, e insieme un evento-manifestazione, affermata come la più importante manifestazione nazionale sulle tematiche d'impresa e di imprenditoria femminile e giovanile, insignita nel 2010 dal Presidente della Repubblica Giorgio Napolitano con una speciale medaglia al merito. GammaDonna – prosegue – è socio fondatore di CONTACT _Con-418E82FC354 \c \s \l Réseau Entreprendre Piemonte, il network, nato in Francia nell'86 e approdato in Italia nel 2010, che offre assistenza e sostegno gratuito ai nuovi imprenditori che vogliono fondare o rilevare un'azienda».

Regione Piemonte, la Provincia e il Comune di Torino e oggi giunto alla quinta edizione. Un modo di comunicare che include anche il *talent scouting*.

La punta di diamante di Valentina Communication resta comunque la sua capacità di relazionarsi con i media tradizionali e con il mondo della rete, dunque il suo ufficio stampa. «Visibilità, notorietà e conoscenza dei fatti restano alla base del successo di qualsiasi intervento di relazioni pubbliche». L'agenzia torinese si prepara anche ad affrontare le sfide future, sfruttando un *modus operandi* ben caratterizzato e che non teme confronti. «Comunicazione di qualità, progettazione ad alto contenuto creativo e eventi di impatto – prosegue Marco Parenti – sono tre aree di business, oltre che tre modi di operare, che si intersecano, l'una contribuendo alla riuscita dell'altra. Questo è il modello che abbiamo scelto per affrontare i prossimi impegni – dice – e lo facciamo con una équipe di soci ciascuno con le sue caratteristiche e i suoi compiti, ma tutti in grado di operare in ogni campo».

L'idea di un concorso per giovani talenti musicali ha dato vita a "Prossima Fermata: il Successo". Un modo di comunicare che include anche il talent scouting

In basso, i quattro partner di Valentina Communication. Nella pagina affianco, il ministro Meloni durante la conferenza stampa di GammaDonna 2010, a Palazzo Chigi www.valentinacommunication.net

