

BABEL PAPER / 03

# LA STRATEGIA DEVE PRECEDERE L'EVENTO

Analisi strategica sul  
valore della prevenzione  
nelle relazioni istituzionali  
e nella gestione della  
reputazione.



LUGLIO 2026





## Editoriale

# LA STRATEGIA NON SI MISURA DOPO UNA CRISI. SI MISURA PRIMA.

Molte analisi si concentrano su ciò che accade durante una crisi.

**Noi preferiamo su ciò che accade prima.**

Il recente confronto mediatico nato attorno all'incontro tra **Giorgia Meloni** e **Donald Trump** rappresenta un interessante caso di studio per chi si occupa di strategia, relazioni istituzionali e reputazione.

Il tema, infatti, non riguarda la legittimità delle diverse interpretazioni politiche. Riguarda un principio molto più ampio.

Ogni evento pubblico di elevata esposizione rappresenta il risultato di settimane, spesso mesi, di preparazione, valutazioni, relazioni e decisioni.

Questo episodio genera una crisi comunicativa e reputazionale, **il costo è già iniziato.**

Da quel momento si attivano risorse, tempo, competenze, relazioni e interventi correttivi.

Si lavora per contenere il danno.

Per costruire fiducia.

Per riportare la narrazione sotto controllo.

Ma raramente si riesce a tornare esattamente al punto di partenza.

*Per questo continuiamo a sostenere un principio che guida ogni nostro progetto:*

### LA STRATEGIA DEVE PRECEDERE L'EVENTO, NON SEGUIRLO

*la vera consulenza strategica non consiste soltanto nella gestione della criticità. Consiste soprattutto nella capacità di prevenirle, ridurre la probabilità e preparare organizzazioni, istituzioni e leader ad affrontare scenari complessi prima che diventino emergenze.*

**Perché la migliore crisi resta quella che non nasce MAI**



“

Le organizzazioni più solide non sono quelle che reagiscono meglio alle crisi.

**sono quelle che investono ogni giorno nella capacità di prevenirle.**



**Antonio Abbiuso**  
Founder & Strategic Advisor  
**Babel Consulting**

# Le **5 fragilità** che possono trasformare un evento in una crisi reputazionale.

Ogni organizzazione, istituzione e leader è esposto a rischi reputazionali. Comprendere le principali fragilità è il primo passo per **prevenirli**.



- 01 ASSENZA DI SCENARI**  
Ogni evento pubblico dovrebbe essere preceduto da un'analisi dei possibili sviluppi e delle diverse interpretazioni. La mancanza di scenari aumenta l'esposizione al rischio.



- 02 SOTTOVALUTAZIONE DEL CONTESTO**  
Un messaggio non viene mai interpretato in modo isolato. Contesto politico, culturale e mediatico influenzano profondamente la percezione.



- 03 DISALLINEAMENTO NARRATIVO**  
Quando ciò che si vuole comunicare non coincide con ciò che gli stakeholder percepiscono, nasce uno spazio che altri riempiranno con la propria narrazione.



- 04 REATTIVITÀ ANZICHÈ PREVENZIONE**  
Intervenire solo dopo l'esplosione del dibattito significa gestire le conseguenze invece delle cause.



- 05 REPUTAZIONE NON PRESIDATA**  
La reputazione è un capitale strategico che si costruisce ogni giorno attraverso relazioni, credibilità e coerenza. Non può essere improvvisata durante una crisi.

“

Le crisi raramente nascono da un singolo episodio.  
**Nascono quando il rischio non è stato analizzato prima dell'evento.**

”





# DALL'EVENTO AL PROCESSO:

## il modello di analisi strategica di Babel Consulting

Ogni evento ad alta esposizione può generare valore oppure trasformarsi in un fattore a rischio.

La differenza sta nel metodo con cui viene preparato, gestito e raccontato.

Il nostro approccio si sviluppa in **6 fasi chiave**.

01



### ANALISI DEL CONTESTO

Studiamo il contesto politico, istituzionale, mediatico e sociale per comprendere variabili, dinamiche e potenziali criticità.

02



### DEFINIZIONE DEGLI OBIETTIVI

Allineiamo obiettivi strategici, stakeholder chiave e messaggi prioritari per costruire coerenza tra ciò che si fa e ciò che si comunica.

03



### VALUTAZIONE DEI RISCHI

Costruiamo scenari alternativi, valutiamo i rischi reputazionali e predisponiamo piani di risposta per ogni possibile evoluzione.

04



### STRATEGIA DI COMUNICAZIONE

Progettiamo una narrazione chiara, coerente e credibile, adattata ai pubblici di riferimento e ai diversi canali.

05



### ATTIVAZIONE E COORDINAMENTO

Mettiamo in campo azioni coordinate tra comunicazione, relazioni istituzionali e media relations per massimizzare l'impatto e ridurre la crisi.

06



### MONITORAGGIO E ADATTAMENTO

Monitoriamo costantemente la percezione e l'impatto, adattando la strategia in tempo reale per proteggere e rafforzare la reputazione.

“

La strategia non è prevedere il futuro.  
**È prepararsi oggi ad affrontare ogni possibile futuro.**

”





# STAKEHOLDER: chi conta davvero

## nella percezione di un evento

Ogni evento ad alta esposizione viene interpretato da prospettive diverse. Mappare gli stakeholder significa comprendere chi può amplificare, influenzare o ridurre l'impatto reputazionale. Non tutti gli stakeholder reagiscono allo stesso modo. La strategia consiste nel dialogare con ciascuno nel modo corretto.



### ISTITUZIONI

Valutano la coerenza con interessi pubblici, equilibri politici e impatti di lungo periodo. Richiedendo trasparenza, affidabilità e visione strategica.



### MEDIA

Costruiscono la narrazione e determinano l'agenda del dibattito pubblico. Cercano notizie, ma soprattutto coerenza e chiarezza.



### OPINIONE PUBBLICA

Forma la percezione finale. È influenzata da emozioni, semplificazioni e narrazioni dominanti. Ascolta ciò che percepisce come autentico.



### MERCATI E INVESTITORI

Reagiscono alla stabilità, alla prevedibilità e alla capacità di generare valore. L'incertezza comunicativa si traduce in rischio economico.



### PARTNER E ALLEANZE

Valutano la coerenza, l'affidabilità e la capacità di mantenere impegni e visioni condivise. La fiducia è la base di ogni relazione duratura.



### COLLABORATORI INTERNI

Sono i primi ambasciatori o i primi critici. Informazione, ascolto e coinvolgimento sono determinanti per l'allineamento interno.

“

Ogni stakeholder ha una sua prospettiva, una sua sensibilità e una sua agenda.

**Ignorare uno solo di essi  
significa aumentare il  
rischio per tutti**



La strategia consiste nel creare valore per ciascuno, non nel parlare a tutti allo stesso modo.



Comprendere gli stakeholder non è un'attività accessoria.  
**È il primo passo per costruire una strategia solida e credibile.**





# COSA DOVREBBE FARE UN' ORGANIZZAZIONE AUTOREVOLE

La reputazione non si costruisce nel momento della crisi.

Si costruisce ogni giorno attraverso decisioni coerenti, relazioni solide e una strategia capace di anticipare il cambiamento.

Le organizzazioni autorevoli condividono alcune **caratteristiche fondamentali**.



## PENSARE PRIMA DI COMUNICARE

Ogni messaggio nasce da una strategia. Mai il contrario.



## ANALIZZARE GLI STAKEHOLDER

Conoscere chi influenza davvero le decisioni. Comprendere aspettative, interessi e possibili reazioni



## COSTRUIRE RELAZIONI PRIMA

Le relazioni istituzionali non si improvvisano. Si coltivano nel tempo.



## PREVEDERE GLI SCENARI

Ogni evento pubblico dovrebbe essere preceduto da simulazioni, valutazioni dei rischi e possibili evoluzioni.



## PROTEGGERE LA REPUTAZIONE

La reputazione è un patrimonio strategico. Richiede metodo, continuità e presidio costante



## DECIDERE CON COERENZA

Ogni scelta rafforza oppure indebolisce la credibilità di un'organizzazione. La coerenza genera fiducia.



## MISURARE I RISULTATI

Ciò che non viene monitorato non può essere migliorato. La strategia richiede indicatori, ascolto e capacità di adattamento.

“

L'autorevolezza non nasce dalla dimensione di un'organizzazione.  
**Nasce dalla qualità delle decisioni che prende prima che gli eventi la mettano alla prova.**





# LA STRATEGIA È UN PROCESSO NON UN EVENTO

La reputazione non si costruisce con una singola azione, ma attraverso un processo continuo di coerenza, ascolto e visione.

Ecco i principi che guidano ogni percorso strategico di **Babel Consulting**



## VISIONE DI LUNGO PERIODO

Anticipare i cambiamenti, definire obiettivi chiari e costruire una direzione condivisa.



## ASCOLTO E INTELLIGENCE

Raccogliere e interpretare segnali deboli, aspettative e percezioni per prendere decisioni informate e tempestive



## COERENZA COMUNICATIVA

Allineare messaggi, comportamenti e azioni per costruire fiducia e credibilità nel tempo.



## GESTIONE PROATTIVA DEL RISCHIO

Identificare e valutare i rischi reputazionali prima che si manifestino, preparando piani di prevenzione e risposta.



## RELAZIONI STRATEGICHE E ALLEANZE

Costruire e presidiare relazioni solide con stakeholder chiave, istituzioni, media e opinion leader.



## MONITORAGGIO E VALUTAZIONE

Misurare costantemente l'impatto delle azioni intraprese e adattare la strategia in base ai risultati evolutivi.

“

La differenza tra chi subisce una crisi e chi la previene è tutta qui:  
**nella capacità di pensare prima.**





# IL METODO BABEL

Il metodo di Babel Consulting nasce dall'esperienza sul campo e da un principio semplice:

**il consenso non si ottiene con un messaggio, si costruisce con un sistema.**

Ogni organizzazione autorevole integra sei dimensioni che, se presidiate, in modo coordinato, generano fiducia, legittimazione e sostenibilità nel tempo.



“

Il consenso non nasce dalla comunicazione.  
**Nasce dalla qualità delle relazioni strategiche**

”

Quando queste sei dimensioni lavorano insieme, l'organizzazione non solo comunica meglio, ma viene riconosciuta, compresa e sostenuta.

**Questo è il vero vantaggio competitivo.**





# LA STRATEGIA INIZIA PRIMA. I RISULTATI DURANO DOPO.

---

“ La vera leadership non si misura  
nella gestione delle crisi, ma nella  
capacità di prevenirle.  
**La strategia non è un evento.  
È la tua migliore preparazione.** ”



**BABEL**  
CONSULTING

Babel Consulting è una boutique di  
comunicazione strategica specializzata in  
relazioni istituzionali, reputazione, public  
affairs e gestione del consenso.  
*Aiutiamo organizzazioni e leader a costruire  
valore duraturo nel tempo.*

## CONTATTI

SL. Via Archimede 62, 00197 Roma  
SO. Piazza San Lorenzo in Lucina 4, 00186 Roma  
T. +39 06 87086080  
E. [amministrazione@babelconsulting.org](mailto:amministrazione@babelconsulting.org)  
SW. [www.babelconsulting.org](http://www.babelconsulting.org)

