

Tempo di lettura: 1 min

Autore: Mariella Governo

mariellagoverno.it

DI CRISI IN CRISI

Viviamo in una società sempre più fragile anche perché “internet non dorme mai”. Secondo una ricerca della società di consulenza Oxford Metrica, venti anni fa la probabilità che un dirigente dovesse affrontare un incidente tale da mettere a rischio il proprio brand era del 20%. Oggi il rischio è salito all’82%.

Praticamente dobbiamo tutti pensare alla prevenzione o almeno capirci qualcosa prima di dover correre ai ripari, in fretta e malamente.

C’è un manuale – pubblicato da poco – che consiglio a tutti, anche a chi non lavora in azienda. Il titolo è [Crisis Management](#). Cioè come comunicare la crisi: strategie e case history per salvaguardare la business continuity e la

CREATORIdiFUTURO.it

reputazione. Lo hanno scritto i professionisti Luca Poma e Giampietro Vecchiato ed è pubblicato con il Gruppo Sole 240re.

Non è il solito manuale un po' noioso e accademico, questo libro è scritto bene, con un piglio giornalistico: l'ho letto in treno e l'ho veramente apprezzato. Devo ammettere che mi avvicino ai manuali di comunicazione un po' prevenuta: sono spesso scritti in modo verboso e ripetitivo. Il libro di Luca e Giampietro è completo sul tema: analizza tutti gli aspetti di una crisi, teorici e pratici e soprattutto fa elenchi con ottimi esempi su cosa fare e non fare, e su cosa hanno fatto o non hanno fatto manager e aziende con nomi e cognomi.

Una parte centrale è dedicata alle relazioni media durante le crisi. Sono queste ultime in particolare la chiave della gestione di una crisi. Mi sono piaciuti moltissimo i casi ai quali è dedicata quasi la metà del libro: dalla vicenda degli hamburger venduti nei supermercati E.Leclercal caso della Coca Cola Company in Belgio; da ThissenKrupp ai più recenti WikiLeaks e British Petroleum.

Sul tema – di cui mi sono sempre occupata e appassionata quando lavoravo in azienda – sono stata recentemente invitata insieme a Luca a parlare a Milano a un incontro del Symposium Travel Lab. Ho raccontanto a mia esperienza di crisis in azienda e dati i 15 minuti che avevo a disposizione ho scelto 2 casi che ho qui sintetizzato in [11 slides](#) e in un [testo di appoggio](#).