

# Le crisi aziendali si confermano la minaccia più temuta da manager e imprenditori



Come si legge nel comunicato stampa dell'ultimo studio realizzato da Burson-Marsteller, società di consulenza per la comunicazione, la minaccia di vivere una crisi aziendale rimane uno dei più grandi timori di top manager e imprenditori. Nonostante tre quarti dei responsabili aziendali ritenga fondamentale avere un piano specifico per la gestione delle crisi, solo il 51% ne ha predisposto uno. I risultati dell'indagine sono stati presentati a Milano lo scorso venerdì 29 novembre in occasione del quinto Burson-Marsteller Crisis Club, occasione di dibattito tra esperti della comunicazione di crisi.

Pur avendo dichiarato di temere i rischi legati a situazioni

critiche, circa un quarto degli intervistati ha affermato che la propria azienda non ha necessità di predisporre alcun piano, oppure lo ritiene troppo costoso e lungo da predisporre. “E’ singolare che la metà dei manager e degli imprenditori intervistati non sia disposta a investire tempo e risorse nello sviluppo di un adeguato piano di gestione delle crisi, nonostante le aziende che hanno vissuto situazioni critiche e erano dotate di adeguati piani, nella nostra esperienza, hanno recuperato più velocemente di quelle che ne erano invece prive”, ha commentato Fabio Caporizzi, ceo Burson-Marsteller Italia. “Inoltre, la ricerca evidenzia che le aziende italiane, al contrario dei concorrenti europei, pur essendo assolutamente consapevoli dei notevoli cambiamenti che hanno interessato la comunicazione, non hanno gli strumenti e le competenze per gestirla e si affidano ancora a vecchi metodi che, in molti casi, risultano ormai inefficaci” ha concluso.

L’indagine, che amplia e sviluppa i precedenti studi condotti da Burson-Marsteller tra il 2009 e il 2011, evidenzia infatti come la comunicazione digitale non venga più percepita da manager e imprenditori europei come un elemento di vulnerabilità (37% nel 2013 contro il 55% del 2011), pur essendo consapevoli delle sfide che esso pone in termini di capacità di condivisione e risposta istantanea. “Il nuovo scenario ha reso ancora più chiaro alle aziende l’importanza della preparazione e di avere un approccio più strutturato alla crisi, fondamentale non solo per rispondere efficacemente durante le prime fasi di gestione dell’emergenza, ma anche nella successiva fase di recovery. Abbiamo visto infatti che chi ha un piano di comunicazione di crisi, non solo ne esce prima, ma riesce anche a vedere un esito positivo. Inoltre è emerso che le aziende hanno paura di rivivere le crisi che hanno già vissuto dimostrando di non aver risolto le loro vulnerabilità e che il livello di preparazione non è adeguato” ha concluso Gabriele Baroni, director corporate and crisis communication Burson-Marsteller Italia.

Per la prima volta, l’indagine sonda i pareri dei responsabili

gestionali sull'importanza della leadership in tempi di crisi. Le opinioni sullo stile di leadership più efficace durante una crisi si dividono a metà fra "comando e controllo" e "collaborazione". Tuttavia, quando è stata posta la domanda sulle specifiche qualità che un leader deve possedere per ottenere i migliori risultati da un team di gestione della crisi, gli interpellati hanno dimostrato di privilegiare quelle relative allo stile di comando e controllo, affermando che i leader dovrebbero essere dei validi decisionisti, affidabili e con una chiara visione. Secondo l'esperienza di Burson-Marsteller, l'adozione di una leadership basata sul "comando e controllo" rende più efficace e più veloce la risposta aziendale, in un contesto in cui la velocità di comunicazione può segnare la differenza fra successo e fallimento nella gestione di una crisi.