

# **Tesidi laurea: EFFETTI DELLA CRISI SULLA REPUTAZIONE DEL BRAND: IL CASO BALENCIAGA**



***CORSO DI LAUREA IN SCIENZE DELLA  
COMUNICAZIONE, MARKETING E DIGITAL MEDIA***

*Anno accademico 2022/23*

## ***INTRODUZIONE***

Le argomentazioni trattate nel presente lavoro intendono affrontare la tematica riguardante gli effetti della crisi sulla reputazione del brand, in particolar modo verrà approfondito il caso Balenciaga.

Lo scopo della tesi è quello di analizzare il tema della crisi aziendale in relazione ad uno degli scandali più recenti, lo scandalo Balenciaga, facendo riferimento ad una delle più controverse campagne "Balenciaga Gift Shop".

Nella prima parte dell'elaborato è analizzato il concetto di reputazione aziendale, la reputazione, l'identità e l'immagine ed il Corporate Social Responsibility.

Il concetto di reputazione evoca persone, idee, relazioni e comunicazioni. Rappresenta un costrutto sociale costituito da credenze, valutazioni e percezioni degli individui formate

dalla comunità. Non si tratta solo di individui, ma può anche riferirsi a organizzazioni che conducono valutazioni degli stakeholder, dove gli stessi sono definiti come: qualsiasi gruppo o individuo che può influenzare o essere influenzato dal raggiungimento degli obiettivi organizzativi. Sono attori importanti nella reputazione di un'azienda e alcuni possono svolgere un ruolo più attivo di altri, a seconda del tipo di esigenze e interessi che li guidano.

Ci sono principalmente due elementi che caratterizzano la reputazione: uno temporale e l'altro situazionale. Il fattore temporale fa riferimento al fatto che le reputazioni si costruiscono e si consolidano nel tempo; inoltre, proprio perché coinvolge i valori e le percezioni articolate dagli stakeholder, non può essere definito statico. Le percezioni possono cambiare e, di conseguenza, anche la reputazione può avere significati diversi. Allo stesso modo, la reputazione cambia a seconda del contesto di riferimento. La stessa entità, che si tratti di un individuo o di un'azienda, può avere una buona reputazione in un'area ma non in un'altra.

(...)

*Il testo integrale della tesi (40 pagine. in pdf) è [disponibile a questo link](#)*