

Nato il Codice FERPI per proteggere la reputazione di persone e aziende



In un mondo sempre più assediato da **fake news e avatar virtuali**, **i professionisti della comunicazione** rischiano di veder naufragare la loro reputazione, con conseguenze negative anche per le persone e le aziende coinvolte loro malgrado nelle attività manipolatorie. Un potente antidoto a fenomeni del genere è il nuovo **Codice di Autoregolamentazione** ideato dalla [Federazione Relazioni Pubbliche Italiana](#) (FERPI), con la collaborazione di autorevoli esperti esterni.

Coordinatore del gruppo di lavoro che lo ha materialmente redatto, è [Luca Poma](#), professore di Reputation Management all'Università LUMSA di Roma, che ne ha spiegato origini e obiettivi in questo modo: «La letteratura scientifica conferma che la reputazione è uno dei maggiori vantaggi competitivi di cui un'organizzazione possa disporre, nonché il più importante dei suoi asset intangibili», oltretutto capace di generare

denaro. Per questo motivo, è a forte rischio manipolazione da parte di «liberi professionisti di **dubbia integrità**», prosegue Poma che, magari, lavorano per **agenzie spregiudicate** «che non esitano ad aggredire e distruggere la reputazione di realtà competitor o comunque sgradite ai propri assistiti». La tecnologia li favorisce, come dimostrano la diffusione di fake news, bot e fake account e altre operazioni informatiche come «il data forging o data deletion», aggiunge il [docente](#).

Tutte queste ragioni hanno spinto FERPI a dare vita al Codice di Autoregolamentazione, che quindi ha l'ambizione di influenzare virtuosamente i comportamenti e le pratiche degli addetti ai lavori, sollecitandoli a rifiutare di collaborare con clienti che richiedono **l'attuazione di pratiche manipolative o ingannevoli a danni di terzi**.

In merito ha detto **Filippo Nani, il presidente nazionale della Federazione**: «Il Codice è un documento impegnativo da subito per tutti gli iscritti FERPI, ma è anche un progetto aperto al dibattito e confronto con altre associazioni di categoria e gruppi di interesse, che immagino non mancheranno di dare il proprio contributo di idee».