Tesi di laurea: GESTIONE DELLA REPUTAZIONE DI ALESSANDRO BORGHESE

CORSO DI LAUREA IN Scienze della comunicazione, marketing e digital media – Giornalismo, relazioni pubbliche e digital media

Anno accademico 2022/23

Introduzione

L'obiettivo di questo progetto di tesi sperimentale è lo studio della gestione e dell'impatto reputazionale del personaggio televisivo di Alessandro Borghese. Come recita il sito internet treccani.it; "Borghese, Alessandro. – Chef e conduttore televisivo. Diplomatosi alla Rome International School di Roma, ha effettuato il suo apprendistato sulle navi da crociera, quindi in città quali Londra, San Francisco e Parigi, prima di rientrare definitivamente in Italia, dove ha affinato la sua formazione lavorando in vari ristoranti di Roma e Milano. Fondatore nel 2006 della società di catering e consulenza per la ristorazione Il lusso della semplicità,

conduttore e talora autore di programmi televisivi dedicati alla gastronomia quali Cortesie degli ospiti, Chef a domicilio, Cuoco gentiluomo, Fuori menù e Ale contro tutti, autore di manuali culinari (L'abito non fa il cuoco: la cucina italiana di uno chef gentiluomo, 2009; Tu come lo fai?, 2013), nel 2013 ha creato il portale paginafood.it2 dedicato alle eccellenze gastronomiche italiane e agli utensili di cucina di design".3L'idea del progetto è nata dalla volontà di utilizzare gli strumenti acquisiti durante il corso di Gestione Della Reputazione e Relazioni Pubbliche Digitali del professore, nonché relatore, Luca Poma specialista in corporate social responsibility, digital strategy e crisis communication, il quale ha pubblicato 11 libri, tra i quali "#influencer. Come nascono i miti del web"4, "Apri la tua mente. Pensiero circolare e nuovi percorsi all'interno delle organizzazioni sociali complesse"5ed oltre 150 saggi/articoli. In cattedra con lui, la professoressa Giorgia Grandoni, specializzata in Psicologia del lavoro e delle organizzazioni, la quale si occupa di ricerca e sviluppo sui temi del reputation management, del crisis management e della crisis communication. Durante questo corso accademico vi è stata l'occasione di approfondire termini e modalità necessari a scoprire le dinamiche di gestione relative a diversi tipi di "attori" che vanno dall'organizzazione complessa pubblica o privata, passando per interi Stati fino a personaggi con rilievo nella sfera pubblica. Sarà proprio un personaggio noto al pubblico, ad essere oggetto di studio di tale elaborato. Nel presente lavoro di tesi nel primo capitolo si introdurranno elementi di fondamentale importanza per la comprensione del concetto di reputazione e della sua relativa gestione. Si partirà definendo il concetto di immagine nel contesto del Reputation Managment,, a seguito del quale verrà mostrato un sondaggio volto ad analizzare la prospettiva del pubblico attorno a tale costrutto. Successivamente verrà spiegato il concetto di identità al quale, come per il precedente capitolo, seguirà sondaggio sulla percezione della cittadinanza. Anche il fondamentale ruolo degli stakeholder, i

“portatori di interesse” verranno introdotti seguendo tale schema. Nel primo capitolo, per un taglio specialistico in relazione a questi importanti elementi, è stato intervistato il Dottor Lorenzo Bruno, esperto Social Strategies nel settore del food e della ristorazione Nel capitolo due si definirà il concetto di lovemark ipotizzando come, anche un personaggio appartenente alla sfera pubblica possa essere considerato tale, nonostante non sia per definizione un prodotto. Anche questo capitolo dell’elaborato sarà supportato da sondaggi online somministrati alla cittadinanza. Nel penultimo capitolo verranno trattati i dati online dei profili social di Alessandro Borghese, attraverso i quali è stato possibile eseguire, dopo averne definito modalità e scopi, una social network analysis. Tale progetto di tesi si conclude con l’intervista al protagonista di tale ricerca, Chef Borghese, che chiarirà offrendo il suo inedito punto di vista, dal diversi analizzati dal punto di vista teorico e sperimentale.

A questo link, il testo integrale della Tesi (42 pagine)