Avanzano le community della disintossicazione digitale consapevole



Il sovraccarico digitale è elevato, con il 42% delle persone che vorrebbe limitare l’uso del tempo dello smartphone, secondo Ey

---

Adottare un approccio strategico alla sostenibilità



Quattro lenti per mettere a fuoco ciò che conta

Tesi di laurea: LE SOCIETÀ DI LOBBYING IN ITALIA. DALLE RELAZIONI ISTITUZIONALI ALLA GESTIONE DELLA REPUTAZIONE



SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

Facoltà di Scienze Politiche, Sociologia, Comunicazione
Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale Corso di laurea in Organizzazione e Marketing per la Comunicazione d'Impresa

Anno Accademico 2024/25

Abstract

Partendo dalla cornice teorica elaborata nel corso della precedente tesi sperimentale, la presente ricerca indaga le motivazioni che, negli ultimi anni, hanno spinto numerose società di consulenza specializzate in lobbying e public affairs ad aprire aree dedicate alla gestione della reputazione, del rischio e delle crisi dei propri clienti, nelle forme e modalità più varie.

Nel corso del tempo, tali realtà hanno progressivamente ampliato il proprio raggio d'azione, distaccandosi dall'attività esclusivamente politico-relazionale e intraprendendo un processo di ibridazione con il settore della

comunicazione. Quest'evoluzione presenta un paradosso, poiché società pubblicamente vittime di una cattiva reputazione sempre più spesso finiscono per curare la reputazione altrui, seguendo profili di aziende e di singoli professionisti appartenenti al mondo dell'imprenditoria e della politica. L'obiettivo è approfondire le ragioni implicate in tale diversificazione strategica, andando a comprendere in parte quelli che sono i meccanisti interni alle principali società di lobbying italiane. Ciascun capito integra l'analisi teorica con testimonianze di personalità ritenute rappresentative del tema trattato.

Il primo capitolo, legandosi all'evoluzione concettuale del potere e delle risorse che lo nutrono, ripercorre le nozioni teoriche necessarie alla comprensione dell'attività di rappresentanza di interessi, sfruttando le testimonianze degli addetti ai lavori che, nel corso della precedente ricerca, hanno prestato la propria voce.

Il secondo capito illustra gli elementi fondanti il risk, il crisis e il reputation management, chiarendo quelle che sono le tecniche da mettere in atto nel tentativo di prevenire, arginare e recuperare episodi di crisi. Vengono illustrate le strategie proprie della retorica apologetica, classificando le tipologie di scuse esistenti ed esplicitando gli elementi necessari affinché queste siano potenzialmente ben accolte. Sono presentati modelli ideali di discorsi volti al ripristino della credibilità perduta.

Il terzo capitolo ripercorre l'evoluzione e il funzionamento delle società di lobbying italiane. Vengono descritte le ragioni alla base della loro nascita…

Continua a leggere il testo completo della tesi (282 pagine, in .pdf in lingua italiana) a questo link

Tesi di laurea: La narrazione che crea valore: il caso “Figli del Mondo” e “Appennino hub”



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DELLA REPUBBLICA
DI SAN MARINO

Corso di laurea in Comunicazione e Digital Media

Comunicazione d’impresa e gestione della reputazione

Anno accademico 2024/25

Introduzione

La seguente tesi intende analizzare l’associazione Figli del Mondo e l’incubatore di startup Appenninol’hub. Figli del Mondo e Appenninol’hub hanno accolto con grande entusiasmo la scelta di analizzare le loro realtà, dando la possibilità alla sottoscritta di conoscere in profondità i progetti di riferimento attuali.

L’avvocato Giorgio Tentoni insieme all’avvocato Astorre Mancini hanno presentato alla sottoscritta le realtà Figli del Mondo e Appenninol’hub. Durante il percorso di ricerca la tesista si è interfacciata con figure quali Lino Sbraccia, attuale presidente di Figli del Mondo e Andrea Zanzini, attuale Project leader di Appenninol’hub.

La tesi è suddivisa in tre capitoli: il primo capitolo riporta un estratto del volume di riferimento *''Il reputation management spiegato semplice, con un focus sulla misurazione della reputazione''* e ne consegue la metodologia scelta per analizzare i casi studio e un approfondimento sulla Responsabilità Sociale d'Impresa.

Nel secondo capitolo viene presentata la storia di Figli del Mondo, dalle iniziative estere più rilevanti ai personaggi più influenti e storici della ONG. In seguito, vengono descritte le realtà create da Figli del Mondo e il loro impatto attuale.

Il terzo capitolo analizza la doppia intervista effettuata dalla sottoscritta, che vede Lino Sbraccia e Andrea Zanzini come soggetti principali. Nella seconda parte del capitolo vengono analizzati i competitor di Appenninol'hub, analizzata la mappatura degli stakeholder dell'incubatore e le startup campione che l'acceleratore ha seguito nell'ultimo anno.

Infine vengono tratte le conclusioni, evidenziati i risultati più significativi e dichiarati i limiti dello studio.

Continua a leggere il testo completo della tesi (47 pagine, in .pdf in lingua italiana) a questo link

---

Manipolazione dell'informazione: mai più in Italia!



Contestiamo – e smontiamo pezzo a pezzo – l’ennesimo tentativo di mistificare la storia della start-up green Bio-On: inesattezze clamorose… o malafede?