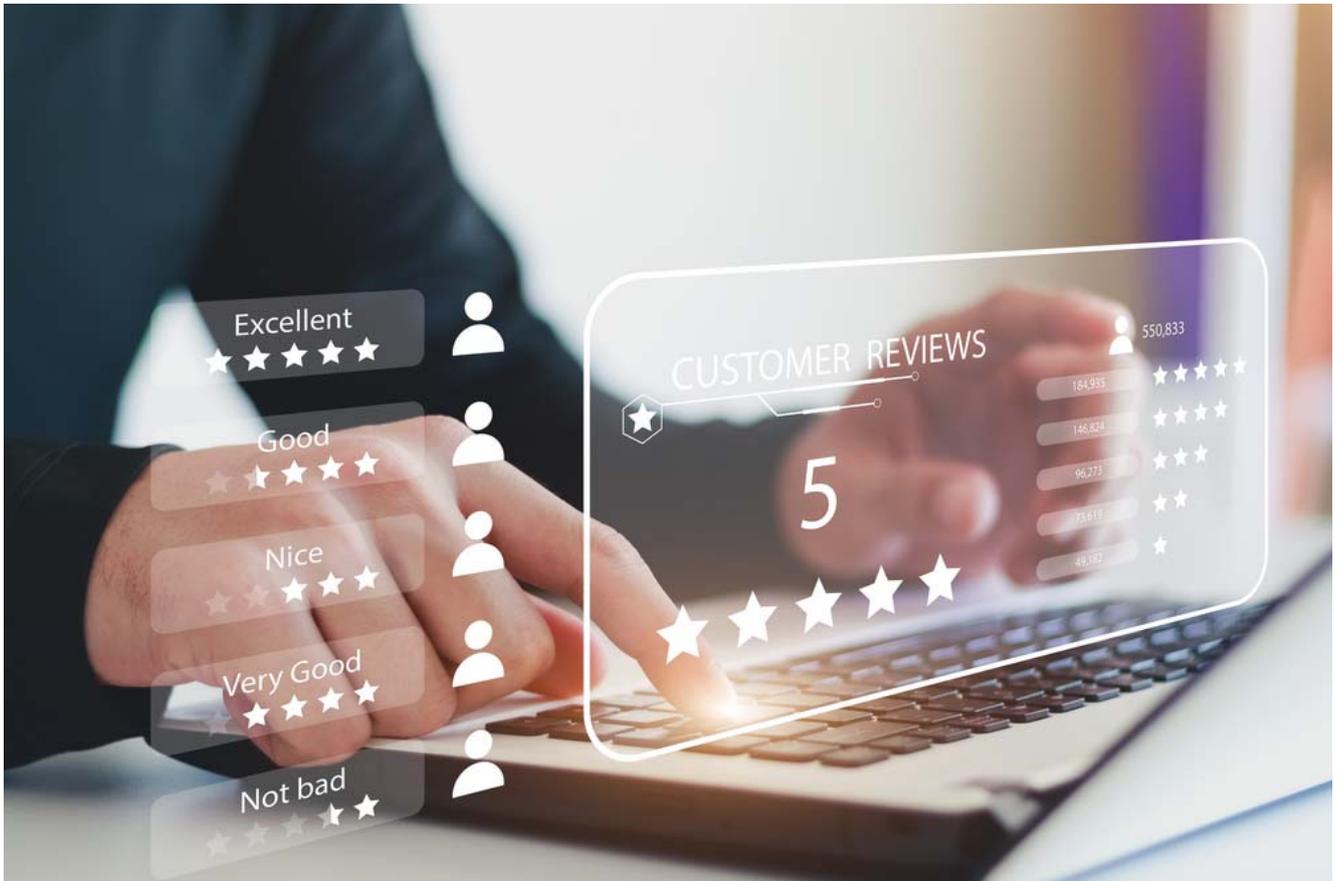


L'Italia accelera nel mobility sharing, ma l'Europa va più veloce!



L'anno 2022 ha rappresentato un periodo di crescita eccezionale per il settore della Sharing Mobility sia in Italia che in Europa. Tuttavia, i dati non devono ingannare: Milano è la terza in Europa, ma il resto dell'Italia rimane pericolosamente indietro rispetto alle prime della classe in termini di mobilità sostenibile.

Rating ESG: il Parlamento Ue discute il nuovo Regolamento



Secondo una ricerca finanziata dall'Europarlamento, il 70% delle aziende del Vecchio Continente pubblica bilanci di sostenibilità redatti unicamente sulla base di documenti ed evidenze autoprodotti. Il nuovo Regolamento costituirebbe una garanzia anche per gli investitori, rendendo più omogeneo il mercato comune, anche se non mancano le criticità

Asserzioni etiche e di sostenibilità delle aziende e “fake ESG”: la ricerca

presentata al Senato della Repubblica



Ricerca a cura di Reputation Management Srl, commissionata dal Parlamento Europeo, racconta approcci, metodi e standard nella rendicontazione degli aspetti non finanziari utilizzati dalle aziende nell'attività di rendicontazione ESG, anche al fine di rendersi più appetibili sul mercato, e illustra la percezione dei cittadini riguardo alle scelte "green" (vere o presunte) delle aziende: il 70 % delle società che pubblicano bilanci di sostenibilità convalidati da una società di certificazione hanno indicato che il lavoro di quest'ultima si è basato solamente sull'analisi di documenti ed evidenze prodotte dall'azienda stessa, e solo il 25,00% del campione ha affermato di essersi sottoposta a uno specifico audit svolto in azienda. Anche per questo il grado di fiducia da parte della cittadinanza verso le aziende è basso/bassissimo per il 64%, e per molti cittadini (45%) le aziende utilizzano il tema

della sostenibilità principalmente per motivi pubblicitari e di marketing.

Tesi di laurea: Blockchain, Big Data e Algoritmi: come possono contribuire a una solida reputazione aziendale



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DELLA REPUBBLICA
DI SAN MARINO

Corso di Laurea in Comunicazione e Digital Media

Anno Accademico 2022/2023

Introduzione

Al giorno d'oggi, la blockchain è spesso associata alle diverse criptovalute, come ad esempio i bitcoin, che hanno guadagnato sempre più popolarità negli ultimi anni. Tuttavia, la blockchain va oltre questo ambito. Essa rappresenta un database che registra informazioni, principalmente transazioni commerciali come la vendita di bitcoin.

Questa tesi si propone di analizzare come un adeguato sistema basato sulla blockchain possa essere il punto di svolta per la costruzione di una solida reputazione aziendale. Inoltre,

considerando l'importanza dei Big Data, ogni impresa è chiamata a prestare particolare attenzione a tali dati, che non devono né possono essere soggetti a smarrimento, corruzione o manomissione.

Il concetto di Big Data si riferisce a un'enorme quantità di dati e informazioni detenuti da aziende e enti pubblici o privati. L'utilizzo di tali informazioni è costantemente oggetto di attenzione, poiché una gestione inadeguata può violare importanti leggi sulla privacy e provocare gravi danni alla reputazione aziendale.

Si intende dimostrare l'esistenza di una stretta connessione tra Big Data e blockchain, e come questa connessione, unita a una gestione corretta di entrambi, possa generare un alto livello di fiducia e approvazione da parte dei consumatori. Tuttavia, non mancano gli abusi di questi strumenti, che spesso portano a comportamenti eticamente discutibili da parte di alcune società. Pertanto, sarà analizzato come molte aziende di grande rilievo abbiano utilizzato in modo improprio la blockchain e i Big Data per operazioni di greenwashing.

L'obiettivo principale di questa tesi è dimostrare come tali comportamenti possano essere limitati mediante adeguati sistemi di gestione dei dati e soggetti alle regolamentazioni proprie della blockchain, la quale ha il potenziale di creare nuovi sistemi di rendicontazione integrata più sicuri.

Il Testo integrale della Tesi (38 pagine, in lingua italiana, formato .doc) è [disponibile a questo link](#)

Gli influencer dilagano, a seguirli sono 27 milioni di italiani adulti



Chiara Ferragni, Giallozafferano, Benedetta Rossi, ClioMakeUp e Aurora Ramazzotti i più seguiti