

LES FAKE NEWS PEUVENT-ELLES DÉTRUIRE LA RÉPUTATION DES MARQUES? LA “SECTE DES ANTI-SECTES” ET LE CAS “GENIO NET”



Les recherches les plus récentes confirment que les fake news peuvent sérieusement compromettre les entreprises, en détruisant leur valeur. GenioNet est un autre cas, après Eli Lilly et Starbucks : certains disent qu’il s’agit d’un groupe de spécialistes en formation pour l’apprentissage rapide, tandis que d’autres le qualifient de “psychosecte” qui manipule et escroque les gens. Nous vous proposons une analyse journalistique – étayée par des preuves – sur ce cas sophistiqué de “Black PR”, de désinformation, de fake news et de tempêtes de haine en ligne.

I produttori cinesi sfruttano i social media per ampliare il proprio mercato



Il rallentamento dell'economia cinese sta spaventando parecchio le aziende, le quali sono pronte ad accedere a nuovi canali e modelli di business pur di rimanere competitivi a livello globale, primi tra tutti i social media

Milano,

scontro

Procura/Comune: l'inchiesta sui progetti di “rigenerazione urbana”



La Procura di Milano indaga e rinvia a giudizio impresari, sviluppatori immobiliari e dipendenti comunali per aver applicato... le norme del Comune stesso. Scontro tra istituzioni? Intanto, tra incudine e martello, investimenti bloccati, cantieri fermi, operai a casa e capitali in fuga. La nostra video inchiesta su un dossier che agita i palazzi del potere lombardo, e non solo

Rendicontazione di

sostenibilità e valutazione delle performance ESG

Rendicontazione di sostenibilità e valutazione delle performance ESG

Un'indagine sull'applicazione di standard e normative da parte delle aziende

Materiali di Ricerca & Discussione O.I.B.R. #1



Maggio 2024

OIBR
Organismo Italiano
Business Reporting

Un'indagine sull'applicazione di standard e normative da parte delle aziende

Le chiavi della comunicazione aziendale del futuro



Con Luca Poma, professore di Reputation Management all'Università LUMSA di Roma e all'Università della Repubblica di San Marino, abbiamo parlato delle chiavi per la comunicazione aziendale del futuro