

Dietro lo “scoop” il memorabile “PR disaster” del Principe Andrea



Quando a gestire la comunicazione sono “non professionisti”, il disastro reputazionale è dietro l’angolo. La riflessione di Fabrizio Vignati a partire da “Scoop”, il film sulla storia della controversa amicizia tra il Principe Andrea e Jeffrey Epstein.

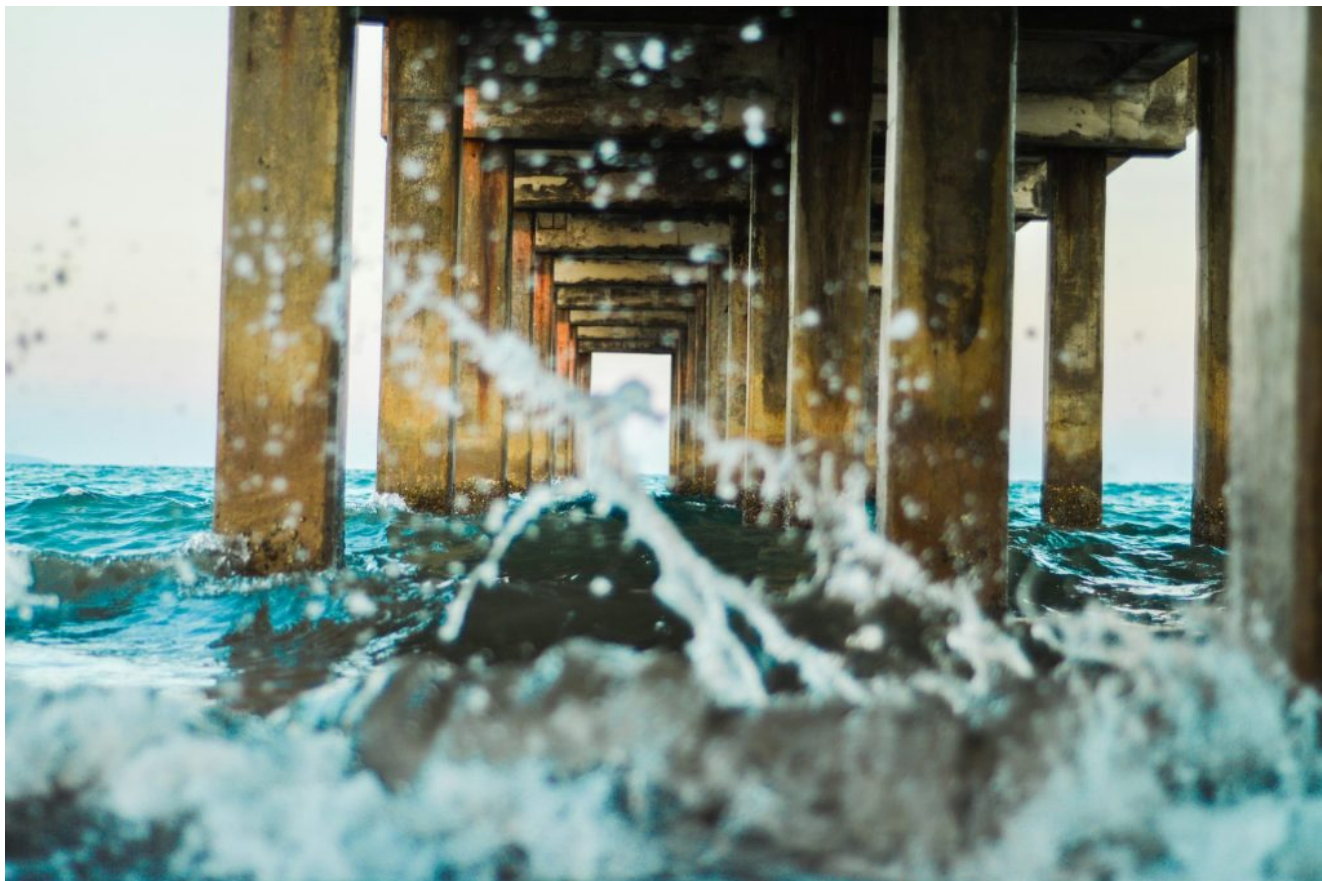
Social Top Manager: il 77%

dei top manager è sui social e comunica più attivamente



Winkelmann di Lamborghini, Luca de Meo di Renault e Cristina Scocchia di Illycaffè si distinguono su LinkedIn. Aumenta la comunicazione attiva di Editor e Brand ambassador. Andrea Barchiesi: “Tra i leader cresce la consapevolezza che la mera presenza online non basta”.

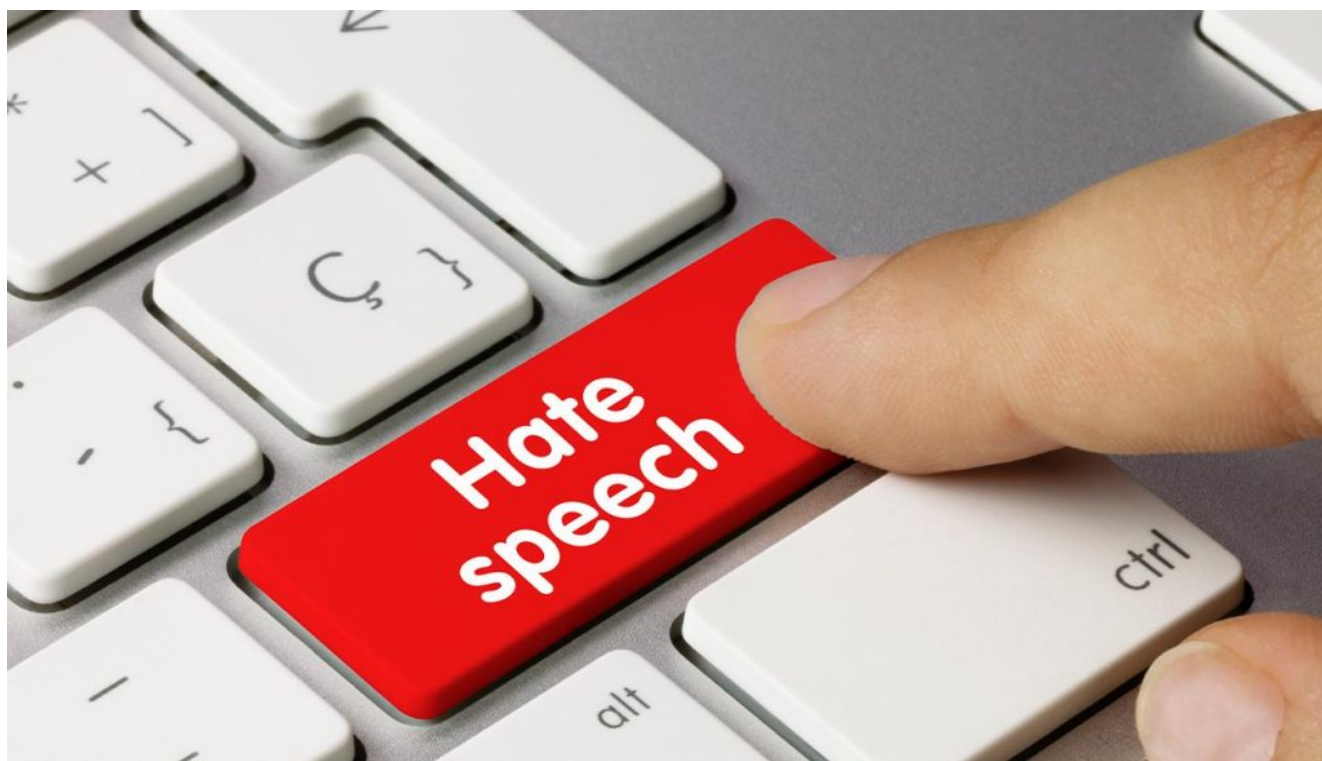
Cosa c'è sotto l'intelligenza artificiale, generativa e conversazionale



L'intelligenza artificiale generativa e conversazionale dice quello che sa – vale a dire costruisce risposte ai prompt di richiesta sulla base di modelli probabilistici relativi ai dati sui quali è stata addestrata – ma non sa quello che dice, nel senso che non ha consapevolezza e quindi nemmeno può cogliere la differenza tra vero e falso

**LE FAKE NEWS POSSONO
DISTRUGGERE LA REPUTAZIONE
DEI BRAND? LA “SETTA DEGLI**

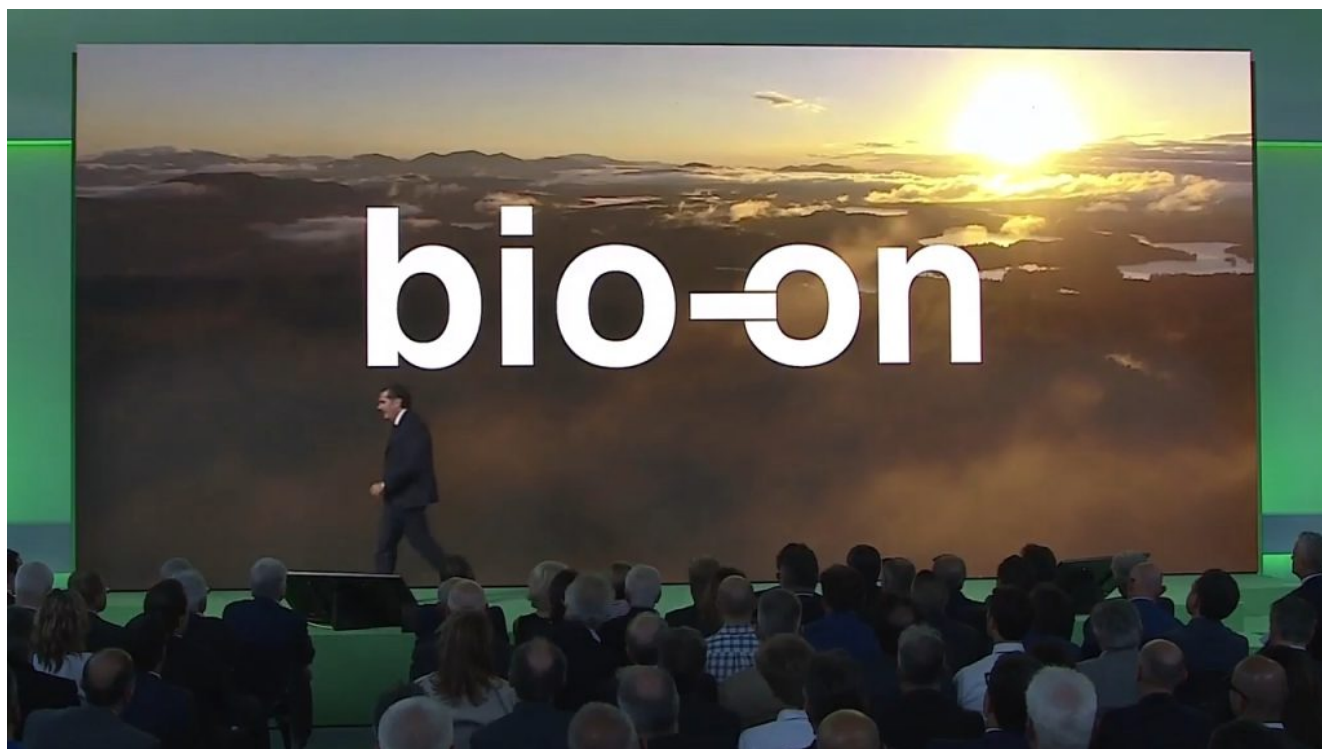
ANTI-SETTE” E IL CASO “GENIO IN 21 GIORNI”



Le più recenti ricerche confermano che le fake news possono mettere in seria difficoltà le aziende distruggendo valore. È il caso – dopo i colossi Eli Lilly e Starbucks – di Genio Net: un qualificato team di specialisti nel settore della formazione per l'apprendimento rapido, secondo alcuni, oppure una “psicosetta” dedita a manipolazioni e truffe?

Vi proponiamo un'analisi giornalistica – supportata da prove – su questo sofisticato caso di “black PR”, disinformazione, fake news e shit-storm online.

INDIGO FILM PRODURRÀ UNA DOCUSERIE SULL'INCREDIBILE CASO BIO-ON



IL CASO DELLA LA START UP MADE IN ITALY CHE RIVOLUZIONA IL
MONDO DELLE BIOPLASTICA,
IMPROVVISAMENTE CROLLATA DOPO UNA INCHIESTA GIUDIZIARIA