

# Crisis Management: come salvare la reputazione di un brand

**CRISIS MANAGEMENT:  
COME SALVARE LA   
REPUTAZIONE DI UN BRAND**

Il crisis management è il processo con cui un'azienda gestisce un momento di crisi derivante da una comunicazione o un'azione errata.

---

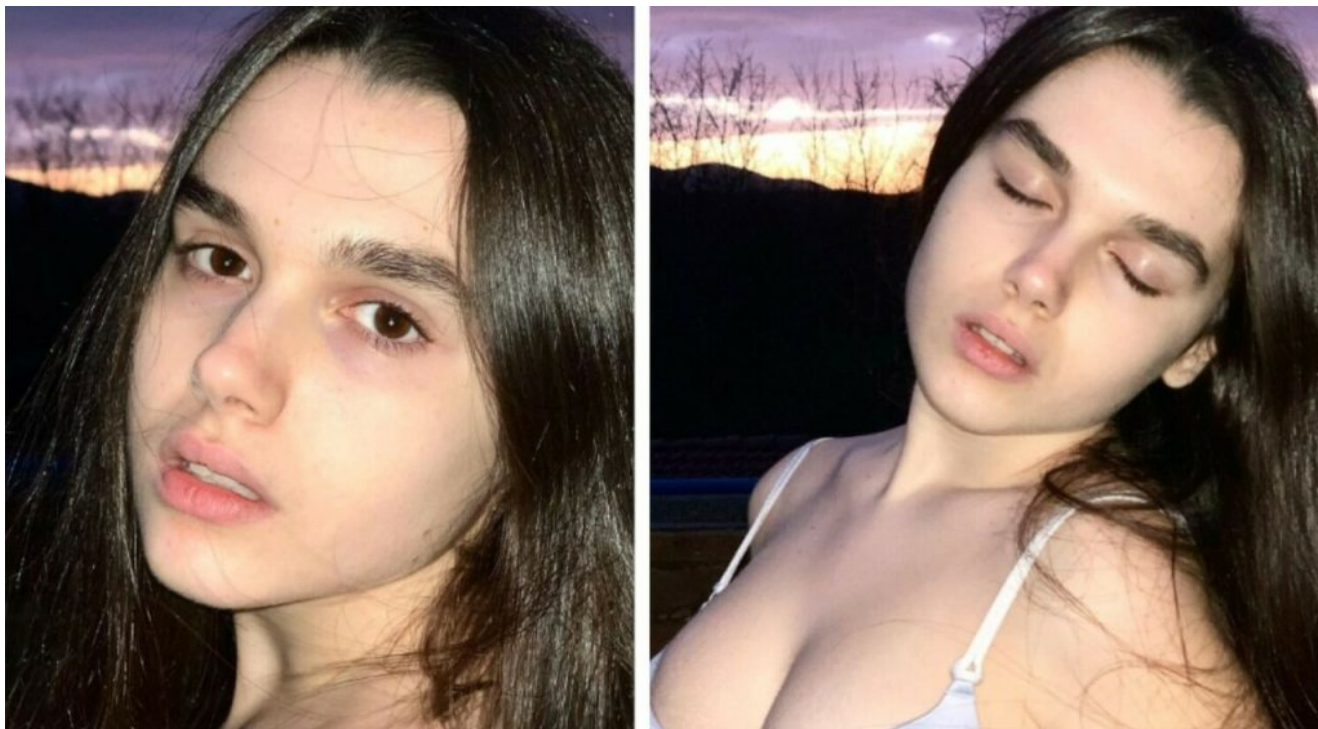
«Seguiamo i nostri ragazzi, ma è sbagliato “processare” youtube»



Incidente mortale a Roma, parla Luca Poma, specialista in gestione di crisi e in digital strategy: «Il digitale è come un coltello da cucina: puoi utilizzarlo per tagliare il pane o per uccidere qualcuno»

---

## **Maria Sofia Federico e il dibattito sull'incesto**



La creator di OnlyFans e attivista Maria Sofia Federico ha scatenato un'ondata di polemiche con le sue dichiarazioni sull'incesto, una pratica che ha tentato di normalizzare attraverso alcuni contenuti postati sui propri canali social. Le sue affermazioni hanno immediatamente scatenato un acceso dibattito pubblico, sollevando domande cruciali sull'etica, la morale e il ruolo della sensibilizzazione in una società che deve fare i conti con i limiti della libertà di espressione e la protezione dei valori fondamentali.

Maria Sofia Federico, già nota per la sua attività sui social media e per la sua presenza su piattaforme come OnlyFans, ha affrontato un argomento tra i più tabù, dichiarando che l'incesto non dovrebbe essere visto come qualcosa di intrinsecamente negativo. Questa posizione ha generato sconcerto e indignazione in molte parti della società, che hanno visto nelle sue parole un tentativo di legittimare una pratica ampiamente condannata sia dal punto di vista morale che legale.

L'incesto, infatti, è considerato nella maggior parte delle culture e delle società come una violazione profonda delle norme etiche e morali. La proibizione di tali rapporti è stata

storicamente giustificata non solo per ragioni biologiche, legate alla prevenzione di problemi genetici, ma anche per proteggere le dinamiche familiari e sociali, che rischiano di essere compromesse da relazioni di questo tipo. La promozione dell'incesto come qualcosa di accettabile pone, quindi, una serie di dilemmi etici, spingendo molti a chiedersi fino a che punto la libertà di espressione possa essere esercitata senza mettere a rischio i valori condivisi.

La reazione alle dichiarazioni di Maria Sofia Federico è stata veemente. Da un lato, molte persone hanno criticato aspramente le sue parole, sottolineando il pericolo di normalizzare comportamenti che possono avere gravi conseguenze emotive e psicologiche, specialmente in contesti familiari. Dall'altro, alcuni difensori della libertà di parola hanno argomentato che ogni discussione, anche quelle più controverse, ha il diritto di esistere in una società democratica, sebbene questo non significhi che tutte le opinioni siano ugualmente valide o accettabili.

La questione centrale sollevata da questa vicenda riguarda il confine tra sensibilizzazione e legittimazione. Se da un lato è importante discutere apertamente di temi controversi per promuovere una maggiore comprensione e consapevolezza, dall'altro c'è il rischio che tali discussioni possano sfociare nella legittimazione di pratiche che vanno contro i principi etici fondamentali. In questo contesto, l'influenza esercitata da figure pubbliche e influencer come Maria Sofia Federico diventa particolarmente rilevante. La loro capacità di modellare l'opinione pubblica impone una responsabilità aggiuntiva, poiché le loro parole possono avere un impatto significativo su un pubblico giovane e impressionabile.

In conclusione, il caso di Maria Sofia Federico e la sua normalizzazione dell'incesto ci costringono a riflettere su quanto sia delicato il bilanciamento tra libertà di espressione e responsabilità sociale. Se è vero che la sensibilizzazione può aiutare a smuovere i pregiudizi e ad

aprire nuove prospettive, è altrettanto vero che non tutte le cause meritano di essere promosse. Quando si toccano temi che minano i fondamenti stessi della morale e della convivenza civile, è necessario un approccio prudente e riflessivo, che tenga conto delle implicazioni profonde e delle conseguenze potenzialmente dannose per la società nel suo complesso.

---

## **Sostenibilità, Solo il 15% delle aziende si sottopone a uno specifico audit interno di rendicontazione**



Le imprese europee corrono il rischio di essere percepite dai cittadini come poco trasparenti rispetto al loro reale impegno in tema di sostenibilità. Cosa dice la ricerca italiana “Rating ESG delle imprese, asserzioni etiche aziendali e

percezione dei cittadini riguardo alle scelte green delle aziende”

---

# **Sostenibilità, l'allarme rendicontazione esg**

## **scatta sulla**



Le imprese europee corrono il rischio di essere percepite dai cittadini come poco trasparenti rispetto al loro reale impegno in tema di sostenibilità. Sono ben 7 su 10 (70%) le aziende del Vecchio Continente che pubblicano bilanci di sostenibilità approvati unicamente sulla base di documenti ed evidenze autoprodotti, senza alcuna verifica da parte di un professionista esterno circa la genuinità e veridicità delle informazioni contenute nei report. Mentre sono solo un quarto (25%) le organizzazioni che affermano di essersi sottoposte a uno specifico audit interno sulla rendicontazione dei criteri ESG (Environmental, Social, Governance).

Criticità di questo tipo si incrociano con i dati rilevati dall'analisi svolta sulla percezione della cittadinanza europea, in cui emerge, come ovvia conseguenza, che il grado di fiducia nelle dichiarazioni di sostenibilità prodotte dalle aziende risulta tra il basso (44,5%) e il bassissimo (19,5%) e che una parte significativa dei cittadini europei ritiene che le aziende utilizzino il tema della sostenibilità solo per motivi pubblicitari e di marketing (45,5%).

Sono questi alcuni dei principali dati sul tema della rendicontazione dei criteri ESG nei bilanci aziendali che emergono dalla ricerca "Rating ESG delle imprese, asserzioni etiche aziendali e percezione dei cittadini riguardo alle scelte green delle aziende", condotta su due diversi campioni, uno di 100 aziende, di vari settori e dimensioni, e un secondo di 500 cittadini rappresentativi di tutte le età, condizioni sociali, promossa dall'On. Tiziana Beghin, eurodeputata (gruppo Non Iscritti) e presentata nel corso di un talk a Bruxelles presso la sede del Parlamento Europeo, anche al fine di elaborare e presentare raccomandazioni utili al legislatore per migliorare le normative in questo settore di enorme importanza e attualità.

L'indagine è stata realizzata da un team di ricerca al 100% italiano e in larga parte femminile: sono donne, infatti, 4 ricercatrici del gruppo su 5, coordinate dalla Dott.ssa Giorgia Grandoni.

*"Scopo del progetto di ricerca – ha dichiarato Luca Poma, Professore di Reputation management all'Università LUMSA di Roma e all'Università della Repubblica di San Marino, referente scientifico dell'indagine – è quello di fotografare lo stato dell'arte sul tema della rendicontazione non finanziaria ed ESG nei bilanci delle aziende europee, al fine di intercettare punti di forza e di debolezza delle prassi attualmente messe in campo e favorire, nel contempo, un miglioramento della qualità informativa di questa forma di rendicontazione, riflettendo anche sulla percezione che i*

*cittadini hanno delle scelte green compiute dalle aziende.*

*Il lavoro si innesta, infatti – conclude Poma – nello sforzo sostenuto dall’Unione Europea di promuovere una cultura della sostenibilità non solo tra cittadine e cittadini comunitari ma anche all’interno delle PMI e dei grandi gruppi aziendali”.*

*“Lo scenario competitivo mondiale è caratterizzato dalla circolazione sempre più libera di persone, beni e capitali, filiere di fornitura lunghe e frammentate su scala globale e uno spazio geografico degli scambi e degli investimenti sempre più ampio, con una crescente esposizione ai rischi”,*

**ha dichiarato l’On. Beghin.**

*“Cresce quindi la domanda di informazioni credibili e affidabili sulla reputazione delle imprese, non solo limitate al profilo generale e organizzativo, ai prodotti o servizi e ai relativi prezzi, ma anche a quelli che possono essere i rischi di impatti avversi futuri sull’impresa e i suoi stakeholder e a un’ampia gamma di aspetti di natura non finanziaria (governance, diritti umani e condizioni di lavoro, sicurezza, ambiente ed etica di business), denominati sempre più frequentemente “rischi ESG” – Environmental, Social, Governance. È quindi di assoluta attualità per noi legislatori – ha concluso l’eurodeputata – comprendere come poter rendere più trasparente questo tipo di rendicontazione, garantendo rating appropriati e non fuorvianti agli occhi dei cittadini dello spazio comune europeo”.*