
Il riconoscimento: è sempre positivo?

Reputation Lab



Il riconoscimento negativo

- Attribuzione di qualità disonorevoli (diffamazione, scandali) → si riceve attenzione tramite critiche, rimproveri o svalutazioni
- **Esempi:** Scandali etici, frodi, controversie sociali



"Nel bene o nel male, purché se ne parli" ??

Il non riconoscimento (invisibilità)

- Mancata awareness o indifferenza stakeholder (azienda "invisibile")
- Porta a una perdita di opportunità e alla vulnerabilità a competitor

Quante PMI italiane non sono presenti online?

40% non monitorate online

Il non riconoscimento (invisibilità)

È PEGGIO DEL RICONOSCIMENTO NEGATIVO????

Il riconoscimento negato

- Negazione di legittimità/meriti (boicottaggi, esclusioni).
- Le cause sono degli errori nella CSR, discriminazioni percepite.

Negli ultimi giorni sono stati espressi sentimenti di delusione, rabbia e preoccupazione riguardo la decisione di non rinnovare, alla scadenza, il contratto a tempo determinato della nostra ex-collega Sara.

Amabile è un'azienda e, come tale, ha bisogno di professionalità per funzionare. Per questo selezioniamo e inseriamo diverse figure con l'obiettivo di rafforzare la struttura interna.

Quando abbiamo accolto Sara, scelta tra numerosi candidati esclusivamente per le competenze da lei dichiarate, il nostro intento era costruire una collaborazione duratura. Tuttavia non sempre le cose vanno come sperato.

In questo caso, a seguito di verifiche interne condotte in un momento successivo e supportate anche dall'analisi, in varie parti esterne, sono emerse criticità molto più profonde di quanto avremmo potuto immaginare.

La scelta è stata posta davanti a una scelta difficile: ignorare i problemi o, peggio, affrontarli assumendoci anche la responsabilità di una decisione dolorosa ma inevitabile, ossia il mancato rinnovo del contratto. Abbiamo scelto la seconda strada, perché non farlo avrebbe compromesso il bene dell'intera impresa e la tutela di 40 persone che ogni giorno lavorano da tempo in Amabile con dedizione e impegno.



Conseguenze

Impatti del Riconoscimento Negativo

- Calo vendite
- Perdita contratti
- Costi legali
- Basso RQ, churn stakeholders
- Crollo valore azioni
- Dipendenti che vanno via
- Perdita finanziatori
-



Il rischio reputazionale

- Pericolo di subire una perdita di utili o capitale causata da una percezione negativa dell'azienda da parte di clienti, investitori o autorità. È un danno alla fiducia e all'immagine, spesso amplificato dai social media, che può compromettere la competitività e la continuità aziendale.

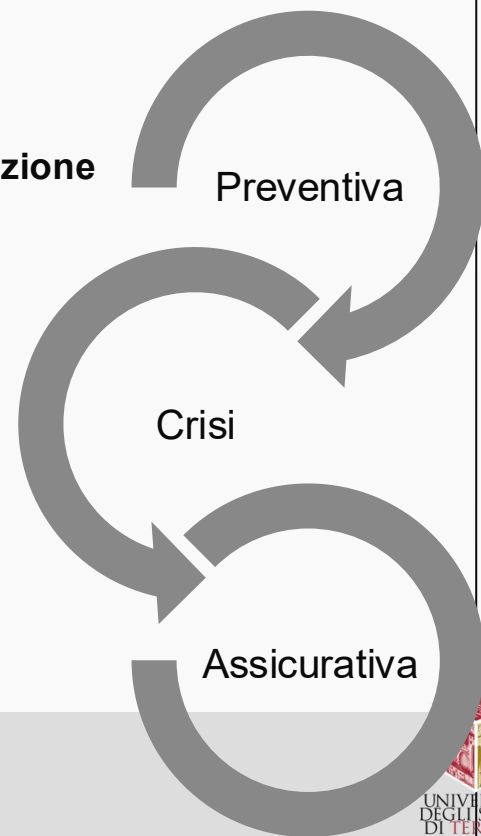
Da riconoscimento negativo a danno concreto

Il rischio reputazionale

Cause

- Crisi mediatiche: Scandali management (es. VW Dieselgate – frode emissioni)
- Violazioni etiche: Discriminazioni, maltrattamenti (es. Amabile 2025 – gravidanza)
- Qualità/sicurezza: Ritiro prodotti (es. Ferrero salmonella 2019, recovery rapido)
- Rischi operativi/legali: Errori compliance, cyberattacchi (calo fiducia)

Gestione e Mitigazione



Il rischio reputazionale

Impatto	Descrizione	Esempio Quantitativo
Calo vendite/clienti	Perdita fiducia consumatori	VW: -30% vendite EU post-2015
Finanziamenti	Partner/investitori fuggono	Intesa: gap su "rigidità" frena crescita
Valore mercato	Crollo azioni/brand value	Barilla: -10% market cap crisi 2013
HR	Turnover dipendenti alto	Amabile: -50% follower overnight



Esercizio in aula

Quale può essere la causa più grande per un'Azienda digital (content creation)?

Identificare

- 3 cause
- 3 conseguenze
- 3 mitigazione che migliorino la reputazione

Tempo: 15'