

GLI STUDENTI DEL MASTER PARTECIPANO AL “2017 ITALY REPTRAK” DEL REPUTATION INSTITUTE



Il 14 febbraio scorso, noi studenti del Master in Media Relation e Comunicazione d'Impresa, abbiamo avuto il piacere di ascoltare a lezione Fabio Ventoruzzo, Strategic Consulting Director del Reputation Institute. Il dottor Ventoruzzo ci ha introdotto il tema della reputazione e della sua importanza per le aziende in termini di business, suscitando in noi molto interesse.

Così siamo stati invitati dal Reputation Institute al “2017 Italy RepTrak”, evento volto a rendere nota la classifica delle 150 aziende che godono della più alta reputazione presso la popolazione italiana.

Il 6 aprile è il giorno stabilito e noi studenti del Master raggiungiamo una delle nuove sedi di Sky in via Russolo. Arrivati nella sala dell'evento, ci accoglie un ricco welcome coffee che aiuta a metterci a nostro agio in un ambiente pieno di professionisti del settore. Nel frattempo la sala si riempie e comincia l'evento.

Il dottor Ventoruzzo apre le danze dando una visione generale sulla reputazione, ribadendo come sia importante per le aziende accrescerla per migliorare il proprio business.

Stefano Cini, Managing Director Italia, parla invece di CSR e dell'esterofilia degli italiani. La reputazione per il popolo italiano dipende non tanto dal servizio/prodotto offerto, ma da ciò che l'azienda è: cresce l'importanza in particolare della trasparenza ed eticità del modello di business, dell'impegno sociale e della qualità dell'ambiente di lavoro. In termini di reputazione, gli italiani ritengono migliori le aziende estere: solo quattro italiane (Ferrero, Ferrari, Lavazza e Giorgio Armani) si piazzano tra le prime venti. Questo è un “fenomeno” che nelle altre nazioni europee non è stato rilevato, in quanto la classifica nazionale era sempre stata vinta da un'azienda indigena.

Siamo arrivati al momento delle premiazioni: Alessandro Detto, Director - Commercial & Marketing e Reputation Leaders Network, annuncia la classifica completa. E' la The Walt Disney Company ad aggiudicarsi il premio come azienda con il ranking di reputazione più alto in Italia. Sul podio finiscono anche Ferrero (seconda) e Ferrari (terza).

Ferrero si consola con il premio di azienda italiana più reputata al mondo, riconoscimento certificato dalla “Global RepTrak 100” dello scorso marzo.

Lego Group vince il Best for Corporate Social Responsibility, premio destinato all'azienda che più si è fatta apprezzare dai consumatori per la propria CSR.

Amazon si aggiudica il Best for Millennials, novità introdotta quest'anno per premiare l'azienda che gode della migliore reputazione tra gli italiani di 18-34 anni.

L'evento si è concluso con un intervento dell'Executive Partner Michele Tesoro-Tess e con l'appuntamento alla prossima edizione.

Noi studenti del Master in Media Relation ringraziamo il Reputation Institute per l'opportunità che ci è stata concessa di partecipare al “2017 Italy RepTrak”. Oltre ad aver cercato di capire come organizzare un evento, abbiamo preso appunti su un argomento come quello della reputazione che in breve tempo sta diventando sempre più importante. L'obiettivo rimane quello di farci trovare pronti non appena verremo messi alla prova nel mondo del lavoro, con la consapevolezza che ogni esperienza come questa rappresenta un tassello in più che aiuta a formarci come bravi comunicatori.



Roberto Messa