

Le grandi marche lanciano un manuale per il contrasto alle fake news su aziende e prodotti

Edito da Centromarca, è downloadabile gratuitamente dal sito dell'associazione.

Contiene indicazioni per la gestione di criticità reputazionali, aspetti legali e danno patrimoniale. Contribuiti di Reputation Manager, Studio Previti e Lear

Milano, 9 settembre 2019 - Sulle piattaforme digitali circolano notizie false che mettono in discussione la reputazione di aziende e marchi. Sono riconducibili a iniziative individuali, spesso dettate da ideologie antindustriali, ma è possibile incorrere anche in attacchi studiati da soggetti che agiscono per danneggiare l'operatore economico.

In entrambi i casi l'obiettivo è la denigrazione, minare il rapporto fiduciario tra consumatore e impresa, con conseguenze negative come la riduzione delle vendite, il deterioramento della relazione con i canali distributivi, i costi delle iniziative varate per reagire agli effetti delle fake news.

Un contributo al contrasto di questo fenomeno arriva da Centromarca, l'Associazione Italiana dell'Industria di Marca, promotrice del libro *Marca, Internet e contrasto alla disinformazione - Tutelare il brand, affrontare la crisi, quantificare il danno*.

L'opera, con prefazione di Francesco Mutti, presidente di Centromarca, propone approfondimenti in materia di scenario, prevenzione e gestione della crisi, tutela legale e quantificazione del danno patrimoniale redatti da Andrea Barchiesi (ceo Reputation Manager), Paolo Buccirosi (direttore della società di consulenze Lear), Ivo Ferrario (direttore comunicazione Centromarca), Stefano Previti e Flaviano Sanzari (avvocati, Studio Previti).

«Nell'ultimo biennio abbiamo favorito la diffusione di conoscenze utili per contrastare le fake news», spiega Roberto Bucaneve, direttore di Centromarca, «lo abbiamo fatto con seminari riservati alle industrie, ai giornalisti, agli studenti universitari, alle associazioni dei consumatori e collaborando attivamente al *Tavolo tecnico per la garanzia del pluralismo e della correttezza dell'informazione sulle piattaforme digitali* promosso dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni. Il libro è un ulteriore tassello all'ampio lavoro svolto».

Centromarca
Associazione Italiana dell'Industria di Marca
Via G. Serbelloni 5 - 20122 Milano
T: 02 777213361/357 | F: 02 777213360
E: relazioni.esterne@centromarca.it
www.centromarca.it



CENTROMARCA

COMUNICATO STAMPA

Centromarca, d'intesa con gli autori, ha deciso di rendere l'opera liberamente downloadabile dal suo sito per favorirne la diffusione nel mondo delle imprese, in particolare delle pmi che popolano il settore dei beni di consumo. «Una scelta», sottolinea Bucaneve, «in sintonia con l'approccio responsabile e il ruolo trainante che l'industria di marca gioca nella filiera e nel contesto economico e sociale del Paese».

Per informazioni:
Valentina Bardozzo
Relazioni Esterne Centromarca
Tel: 02 777213357
Email: relazioni.esterne@centromarca.it
www.centromarca.it

A Centromarca, fondata nel 1965, aderiscono circa 200 imprese tra le più importanti attive nei diversi settori dei beni di consumo immediato e durevole (alimentare, chimico per la casa e per la persona, tessile, elettrico, bricolage, giocattolo, home entertainment) che complessivamente sviluppano un giro d'affari di 45 miliardi di euro. www.centromarca.it