

LOMBARD STREET

Global Reputation (Institute) in Boston

L'impatto, concreto e misurabile, della reputazione aziendale sulle performances di mercato delle grandi corporation è uno dei temi che, in particolare nel mondo anglosassone, si stanno imponendo in modo crescente all'attenzione delle business community. È in questo scenario che Reputation Institute, società leader nella ricerca e nella consulenza in tema di reputazione, ha riunito in un summit a Boston dal 4 al 5 ottobre i cosiddetti Global Reputation Leaders a livello mondiale. Una ventina di top manager - dagli americani di Johnson & Johnson, Jp Morgan Chase e FedEx fino agli europei di Renault e Bvva - selezionati e convocati dal president & ceo **Jamie Bedard** nella cornice del Boston Park Plaza Hotel per scambiarsi idee ed esperienze su un asset aziendale che ormai non può più essere definito intangibile. Unica firm italiana invitata all'appuntamento è stata Unipol, rappresentata dal suo chief communications officer **Alberto Federici**, che è intervenuto in qualità di speaker all'interno del workshop intitolato «Protecting value and mitigating reputation risk», presentando il modello integrato implementato dal gruppo che prevede la valorizzazione e protezione della reputazione attraverso metriche di risk management. Per il gruppo guidato da **Carlo Cimbri**, quindi, un importante riconoscimento internazionale al lavoro svolto in questi anni dai teamwork interni chiamati a gestire l'integrazione con FondiariaSai, un marchio che, prima di essere acquisito da Unipol, qualche problema in termini reputazionali lo aveva avuto.

Egerdon Pelham - epelham@class.it

