

comunicato stampa**LA REPUTAZIONE SI COSTRUISCE ONLINE
MA SOLO UN ITALIANO SU DUE USA I SOCIAL NETWORK**

Roma, 26 ottobre 2015 – Il 63% degli statunitensi utilizza il web per cercare lavoro mentre in Italia siamo fermi al 36%. Se si osserva la diffusione dei social network, la distanza si approfondisce ulteriormente: Facebook, LinkedIn, Twitter ed altri social sono entrati nella vita, anche lavorativa, del 74% degli americani e solo del 49% degli italiani. Percentuale che scende al 15 tra i nostri connazionali over55. Il gap significativo emerge dalle ultime ricerche condotte dalla John Cabot University nel 2015 e presentate oggi nell'ambito del Convegno organizzato da **Assidipost-Federmanager e Fondazione proPosta** nella sede di Federmanager a Roma sul tema **"La gestione della reputazione dei manager e delle aziende su internet"**.

I dati illustrati da **Michèle Favorite**, Professor of Business and Communications John Cabot University, indicano che complessivamente la penetrazione di internet, che negli Usa ha raggiunto l'80% della popolazione, nel nostro Paese è ferma al 60%. Partendo dagli esempi statunitensi, il convegno ha chiarito l'importanza della web reputation di manager e aziende italiane.

Il Presidente di Federmanager, Stefano Cuzzilla, aprendo i lavori, ha dichiarato: «Per i manager e per le aziende sta diventando prioritario costruire un'identità digitale coerente e valorizzante, che sia capace anche di creare nuove reti sociali. La reputazione è tradizionalmente un aspetto cruciale per il ruolo che un manager ricopre in azienda e nella società. La sfida è trasferirla sul web in maniera fedele, evitando i rischi e tutelando le informazioni».

«La Rete non dimentica», ha avvertito **Caterina Flick**, dello studio legale Nunziante Magrone. «Sul web la vita privata e la vita pubblica concorrono e il principio di riservatezza viene lesa ogni volta che si supera il sottile confine tra ciò che si può e ciò che non si può pubblicare. Tutto questo deve essere risolto da una innovativa interpretazione del legame tra diritto ed informatica».

«Di internet dobbiamo fare un uso intelligente», ha raccomandato **Gabriele Ghini** di Transearch. «Oltre il 30% dei cv (e dei profili LinkedIn) contiene "gravi inesattezze" che possono danneggiare una carriera più di quanto si immagini». Ma non esistono manuali ufficiali o una disciplina ben definita. Come ha messo in luce **Simona Petrozzi** di Siro Consulting: «Per migliorare la web reputation possiamo affidarci a indicazioni, consigli e logiche esperienziali. Tra queste – ha aggiunto – "farsi amare sui social", ma non in una logica autoreferenziale bensì in una logica di "sharing", cioè di condivisione e di ascolto reciproco».

Nel prossimo futuro, saranno sempre più numerose le figure che in azienda si preoccupano di tutelare la reputazione online di brand e manager. «Nuovi profili manageriali sono richiesti dall'evoluzione normativa sulla protezione dei dati e delle informazioni personali», ha dichiarato **Giacomo Gargano**, Presidente Federmanager Roma e promotore dell'iniziativa di formazione professionale "Data protection officer e privacy consultant". Il riferimento è alla prossima attuazione del Regolamento europeo sulla Privacy che, ha aggiunto, «necessiterà di competenze che attualmente non risultano presenti nel mercato italiano».