

REPUTATION today

NEL TUO NOME
IL TUO VALORE

giugno
2016 09



La responsabilità sociale
nello sport
intervista a Marco Belinelli

Il valore sociale
nelle attività di business
Marcella Logli

Certificare la reputazione
con Mevaluate
intervista a Eduardo Marotti



2

EDITORIALE

di Claudia Di Lorenzi

5

DAL MERCATO

6

L'INTERVISTA

Un campione, grande anche nel sociale
intervista a Marco Belinelli

8

SCUOLA E SOCIETÀ

Programma il Futuro: obiettivo raggiunto
a cura di Reputation Agency

12

DALLE AZIENDE

Dalla corporate social responsibility
al corporate shared value
Marcella Logli

16

L'INTERVISTA

Certificare la reputazione, ci pensa Mevaluate
intervista a Eduardo Marotti

20

LE BUONE PRATICHE

a cura di Isabella Corradini

21

Lavoro sostenibile e invecchiamento in buona salute
a cura di Reputation Agency

24

La responsabilità sociale,
una dimensione della reputazione aziendale
Isabella Corradini

26

DALLE AZIENDE

La responsabilità sociale secondo CISCO
a cura di CISCO Italia

27

ETICA E VENDITA

CSR e capitale reputazionale,
dal paradigma delle 4P al marketing sociale
Carla De Simone

Certificare la reputazione, ci pensa Mevaluate

Intervista al CEO Eduardo Marotti

di Claudia Di Lorenzi

Nel 2015 la Polizia Postale ha rilevato 41 casi di diffamazione on line e 81 di furto di identità digitale sui social, registrando un calo rispetto al 2014, quando i furti denunciati sono stati 115 e i casi di diffamazione 77. Merito, forse, di un'accresciuta consapevolezza dei cittadini circa il buon uso del web, di campagne educative rivolte ai giovani e di sentenze giurisprudenziali recenti che hanno segnato un cambio di passo, confermando che la diffamazione online – anche sui social – rientra nella fattispecie della diffamazione "aggravata", per l'ampio pubblico potenziale a cui il messaggio può arrivare, e può essere punita con la reclusione e con multe oltre i mille euro.

Ciononostante il web resta un luogo a rischio per chi ha interesse a tutelare la propria reputazione: se da un lato la rete offre l'opportunità di valorizzare le proprie attività e i meriti conseguiti, dall'altro scopre il fianco a chi intende colpire l'altrui reputazione, sfruttando magari l'anonimato e la disponibilità di un'enorme platea per divulgare informazioni lesive e false. La difficoltà a verificare

l'affidabilità delle fonti in internet ridimensiona dunque il valore della reputazione online, potenzialmente manipolabile, mentre si rende necessario un sistema che certifichi la reputazione sulla base di dati oggettivi, verificabili, in continuo aggiornamento e facilmente consultabili. In questa direzione muove l'attività di Mevaluate, "la prima banca etica online della reputazione". Ne abbiamo parlato con il CEO Eduardo Marotti:

Marotti, come nasce l'idea di Mevaluate?

"Mevaluate nasce dall'osservazione delle white lists basate sul rating di legalità, elaborate dal ministero dell'Interno, che erano e sono di gran lunga perfettibili. Ma il mio involontario ispiratore è stato il presidente degli Stati Uniti Barack Obama: di lui nel 2011 si diceva che non avrebbe potuto ricandidarsi perché non nato negli Stati Uniti. Mentre queste voci si diffondevano sul web la Casa Bianca decise di pubblicare il certificato di nascita del presidente, tacitando le voci con documenti certi. Ovvero fece quello che avrebbe fatto un utente di Mevaluate interessato a confer-

mare la propria reputazione in modo inoppugnabile. In sostanza, 'carta canta' ”.

Molto si discute oggi di reputazione in internet, intesa come valore da costruire e tutelare. Ma è davvero affidabile?

“Con internet è cambiato il concetto stesso di reputazione, che non è più solo quello che gli altri dicono di noi quando non siamo presenti, perché ciò che viene detto spesso viene poi diffuso in rete, magari per sempre, con un effetto domino incredibile. La reputazione in internet tuttavia è inaffidabile perché non supportata da certezze e non di rado risulta gonfiata o depressa ad arte”.

È così facile costruire – o demolire – una buona reputazione in internet?

“I trucchi sono noti, quelli della sharing economy addirittura clamorosi. Se affitto appartamenti e voglio farmi una buona reputazione per raccogliere clienti sui siti ad hoc, basta che chiamo quattro amici che mi faranno bonifici per affittare per una notte i miei appartamenti – dove non verranno mai – e poi rilasceranno una fantastica, falsa, recensione. Io gli restituirò i soldi ma intanto avrò attirato clienti veri. Amazon negli ultimi mesi del 2015 ha denunciato oltre 1100 persone per false recensioni pubblicate sulla piattaforma per ingannare i consumatori”.

Mevaluate ha elaborato un sistema di valutazione della reputazione basato esclusivamente su documenti certi. In cosa consiste?



“Abbiamo mappato tutti i comportamenti attivi e omissivi di persone fisiche e giuridiche, ma purché fossero certificabili attraverso documenti che provengono da soggetti terzi, non dal soggetto stesso che intende costruire il proprio profilo reputazionale: ovvero da pubbliche amministrazioni, e quindi ad esempio il certificato di laurea o penale, oppure da soggetti privati, ed è il caso delle referenze di un datore di lavoro. A questi fatti documentati in modo inoppugnabile è stato attribuito un

peso nell'ambito di cinque diversi sub-rating: penale, civile, fiscale, studio e formazione, lavoro e impegno sociale”.

Può fare un esempio di come si valuta il profilo penale?

“Per gli individui si valutano quattro certificati: quello del casellario giudiziale sui provvedimenti definitivi, quello dei carichi pendenti, delle misure di prevenzione e quello delle indagini in corso. Ovviamente il rating non subisce variazioni fino alla definitiva condanna di un soggetto, ma c'è la possibilità di indicare con un asterisco se c'è un carico pendente o un'indagine in corso, su cui è possibile fare ulteriori verifiche”.

Che differenza c'è tra i sistemi tradizionali di valutazione della reputazione e Mevaluate ?

“Le agenzie di rating come Standard & Poor's valutano solo un pezzetto della reputazione, ad esempio la solvibilità di un paese o di un'azienda, ma una valutazione a 360° non l'aveva mai fatta



Con internet è cambiato il concetto stesso di reputazione, che non è più solo quello che gli altri dicono di noi quando non siamo presenti, perché ciò che viene detto spesso viene poi diffuso in rete, magari per sempre

nessuno, e questo è l'obiettivo di Mevaluate: fornire un quadro complesso e complessivo del soggetto su cui si intende fare una valutazione di affidabilità. La reputazione in fondo è alla base della fiducia e di conseguenza della possibilità di far nascere una relazione fra due soggetti. Si tratta di una condizione da costruire e mantenere”.

Affermate che il vostro sistema consente di attribuire un “rating oggettivo, incorruttibile, dinamico”, cosa significa?

“Incorruttibile perché è frutto di un calcolo matematico, oggettivo e oggettivabile, non c'è un dossier. Ricordo che nel giorno del suo fallimento, secondo l'agenzia di rating Standard & Poor's la Lehman Brothers aveva la tripla A, ovvero il massimo rating possibile, che gli era stata attribuita da un analista sulla base di un dossier, quindi da una persona fisica che – evidentemente – o era un incapace o era stato corrotto. In Mevaluate bisognerebbe corrompere il gestore del sistema informatico ed è una ipotesi remota: non c'è l'intervento dell'uomo che può venire corrotto e decidere se un rating è positivo o negativo, ci sono i consulenti reputazionali che offrono numerose garanzie e sono monitorati ogni volta che entrano nel sistema per operare sui profili. Infine è dinamico perché il profilo reputazionale viene aggiornato costantemente. Al contrario, ad esempio, il rating di legalità gestito dall'antitrust è una fotografia statica che dura due anni: se dopo la consegna dei documenti è intervenuta una condanna penale chi fa una ricerca non lo scopre. Viceversa, il regolamento di Mevaluate impone, entro 30 giorni dalla notifica di un atto che peggiora il rating, di darne comunicazione al consulente. Se non lo si fa, alla fine dell'anno, quando si devono rinnovare i quattro certificati penali, questa omissione sarà visibile e l'utente finirà in una black list che raccoglie tutti coloro che hanno ingannato la community di Mevaluate. In sintesi,

in Mevaluate la reputazione è un film con un buco di massimo 30 giorni”.

Che succede se la reputazione online non rispecchia quella off-line?

“È un problema di credibilità della fonte, il confronto fra un soggetto la cui credibilità non è stimabile, perché non esiste il signor Internet ma solo cose che vengono messe in rete non si sa da chi, e dall'altra parte, nel caso di Mevaluate, un soggetto che offre certificati e metodi affidabili”.

Mevaluate ha avviato una selezione di 12.000 consulenti reputazionali. Di cosa si tratta? Quali compiti avranno e come è possibile candidarsi?

“È possibile candidarsi cercando sul sito di Mevaluate la voce “consulenti reputazionali”. Si tratta di avvocati, commercialisti, notai, revisori legali e consulenti del lavoro che devono avere requisiti di base: massima affidabilità, essere incensurati, iscritti agli albi professionali da almeno due anni, etc. I soggetti selezionati fanno un corso di formazione e-learning di 20 ore, superano un esame, ottengono crediti formativi professionali dagli ordini di appartenenza, e vengono abilitati ad esercitare l'attività da un organismo indipendente di certificazione. Quindi hanno due compiti: anzitutto quello di certificare la genuinità dei documenti che sono alla base del rating. A questo scopo, per evitare che vengano prodotti documenti falsi, il consulente ottiene dal soggetto la delega per ritirare lui stesso il materiale. Quindi fa l'upload dei dati sulla piattaforma di Mevaluate e valida il profilo reputazionale che è pubblico. In altri casi attestano che i dati inseriti sulla piattaforma siano corrispondenti ai certificati. Infine offrono attività di consulenza sulla base della loro esperienza professionale”.