



Quando è il Sole non c'è ombra di dubbio.

La nuova campagna istituzionale del Gruppo Il Sole 24 ORE ricorda ai lettori il valore dell'autenticità.

Sensibilizzare sull'importanza della verifica delle fonti e affermare con forza che la sua autorevolezza è una caratteristica inimitabile: così il Gruppo si schiera in prima linea contro l'uso fraudolento dell'identità digitale, fenomeno in crescita che minaccia l'affidabilità dell'intero ecosistema digitale.

Profili con nomi simili, logo copiato o immagini alterate, promesse di guadagni facili e richieste di contatto privato, link sospetti a siti non ufficiali, richieste di denaro o dati personali: questi sono solo alcuni dei **tentativi di imitazione, manipolazione, appropriazione** da parte di soggetti che utilizzano impropriamente l'identità dei marchi del Gruppo Il Sole 24 ORE, sfruttandone il nome e l'autorevolezza per presentarsi come fonti ufficiali. Perché questo fenomeno non colpisce indistintamente, fa leva sulla vulnerabilità degli utenti, e più una fonte è credibile più ne diventa bersaglio. Il Sole 24 ORE viene imitato proprio perché è **sinonimo di affidabilità, trasparenza, autenticità**: un patrimonio di reputazione e fiducia costruito nel tempo e riconosciuto da lettori, imprese e istituzioni attraverso la qualità dell'informazione, la competenza e la credibilità delle proprie testate e dei propri brand.

Il Gruppo tutela da sempre, in modo attivo, il proprio marchio e la propria immagine. Monitora costantemente i contenuti, segnala gli abusi alle piattaforme e interviene contro gli usi illeciti. Ma la tutela dell'identità editoriale assume oggi una dimensione che va oltre la protezione del brand: riguarda la possibilità per il pubblico di **orientarsi tra le informazioni, identificare le fonti e compiere scelte consapevoli rispetto ai contenuti che consulta e condivide**. Per questo è ancora più importante guidare i lettori e tutelare la loro sicurezza digitale.

Proprio nell'ambito di questo impegno si inserisce la nuova campagna di comunicazione **“Quando è il Sole non c'è ombra di dubbio”**. Al centro dell'iniziativa, un messaggio chiaro: **l'autorevolezza non si imita, si riconosce**. A rappresentarlo, un sigillo visivo ideato come elemento simbolico della campagna, che accompagna l'invito a un gesto semplice ma essenziale: non fermarsi all'apparenza e verificare sempre che siti, profili e contenuti provengano esclusivamente dai canali ufficiali del Gruppo per avere garanzia di contenuti autentici e verificati.

*“Se veniamo imitati è perché i lettori si fidano di noi”, commenta **Federico Silvestri, Amministratore Delegato del Gruppo Il Sole 24 ORE** “Difendere questa fiducia significa difendere un'informazione verificata e riconoscibile, su ogni piattaforma e con ogni strumento. Lo dobbiamo alla nostra comunità di lettori e utenti, che spesso è la prima a segnalarci i profili falsi. A questa attenzione rispondiamo alzando ancora di più la guardia.”*

Con questa iniziativa, il Gruppo rinnova il proprio impegno a tutela dell'identità dei suoi brand, promuovendo una cultura dell'autenticità e rafforzando così il proprio ruolo di presidio per un ecosistema digitale pulito e affidabile.