

# Crisis communication: costa crociere e la tragedia all'Isola del Giglio



*Comunicato stampa del 16/01/2012*

Tragedia all'Isola del Giglio: Costa Crociere deve assumersi le proprie responsabilità. A 72 ore dalla tragedia le comunicazioni sono ancora 'schizofreniche'

*A 72 ore dalla tragedia, i messaggi della Compagnia appaiono ancora contraddittori. (Poma e Vecchiato, autori di "Crisis Management, come comunicare la crisi", Il Sole 24 Ore): "I comunicati stampa sono stati emessi con sollecitudine, ma in modo schizofrenico, e soprattutto la compagnia scarica le responsabilità sul Capitano, errore nel quale incorse anche Thyssen Krupp in occasione del rogo di Torino: manca una vera e sincera assunzione di responsabilità, che è dovuta a tutta la collettività. Chi ha formato il Comandante? Chi gli ha affidato la sicurezza dei passeggeri?"*

Sono trascorse 72 ore dalla tragedia del naufragio al largo dell'Isola del Giglio della motonave di Costa Crociere "Concordia" e il bilancio continua ad aggravarsi: sono 6 i morti e numerosi feriti, ma soprattutto generano ansia i 16 dispersi, per parte dei quali le speranze di un salvataggio

nelle fredde acque del Tirreno sono ridotte al minimo. **I soccorsi sono stati immediati e piú che adeguati**, grazie all'intervento in forze della Marina e della Protezione Civile, con squadre sul posto poco dopo l'incidente, mentre i riflettori si accendono ora sulle eventuali responsabilità della Compagnia di navigazione, e non basta certamente l'arresto del comandante Schettino, che pare abbia abbandonato la nave prima del tempo, a mitigare **le polemiche, che impazzano specie sui principali social network**, sui quali la tragica vicenda costituisce la news piú "cliccata". Sul web, amici e parenti delle vittime accusano: *"Erano del tutto impreparati a gestire un disastro come questo, c'era difficoltà anche solo a comunicare, il personale non parlava neanche tutte le lingue dei passeggeri, e comunicava male anche internamente: i marinai erano di molte nazionalità diverse. La verità é che hanno perso la testa e non sapevano che fare"*.

Sono intervenuti sulla vicenda **Luca Poma e Giampietro Vecchiato**, consulenti di relazioni pubbliche e autori, in collaborazione con **Enrico Finucci**, del volume **"Crisis Management: come comunicare la crisi"**, il piú completo manuale sull'argomento mai pubblicato in lingua italiana, in libreria per **Il Sole 24 Ore** proprio in questi giorni (\*): *"Il primo pensiero va alle vittime, perché vicende come questa sono tragedie assolute. Nel merito di come l'incidente é stato comunicato, la prima nota ufficiale di Costa Crociere é dell'una e dieci di notte, sicuramente tempestiva. Sono seguiti altri comunicati: alle 05.23, 15.21 e 18.18 del 14 gennaio, il 15 gennaio alle 20.33 e infine la conferenza stampa del 16 mattina, quindi una discreta copertura. Tuttavia, nei primi 2 giorni sul sito ufficiale della compagnia non é stata pubblicata in chiara evidenza nessuna di queste note, con nocumento per il diritto all'informazione dell'opinione pubblica. Hanno pubblicato qualche notizia sul loro blog, che é separato dal sito, con il pessimo risultato di mescolare informazioni commerciali a informazioni ben piú delicate, su questa tragedia. Mentre rilasciamo questa*

**dichiarazione, il sito della compagnia é addirittura offline, con il risultato di rendere di fatto impossibile per il pubblico dialogare con Costa Crociere, e questo evidenzia di fatto una grave impreparazione a gestire i flussi informativi in caso di disastro.**

oprattutto, proseguono gli esperti, hanno **quasi immediatamente addossato la responsabilitá sul Comandante**, che avrebbe sbagliato rotta. Ma ci domandiamo: chi ha addestrato il Comandante? Passava di li per caso? Chi l'ha formato per anni, affidandogli la sicurezza di migliaia di persone? Dalle dichiarazioni ufficiali pare **fosse in forze alla Costa Crociere da oltre 6 anni**. Il Comandante é la compagnia, la rappresenta, ne é la massima espressione in mare: **come puó la compagnia dissociare la propria responsabilitá da quella di un suo alto funzionario? Giá Thyssen Krupp scelse la strada dello scarico di responsabilitá sulla parte debole dello scenario, ovvero i dipendenti, e l'esito fu disastroso, sia dal punto di vista della comunicazione e della reputazione che da quello processuale. Occorre un'inversione di tendenza: Costa Crociere, concludono Poma e Vecchiato, deve assumersi agli occhi del mondo le proprie responsabilitá in modo sincero e schietto, questo é l'unico modo per non incrinare definitivamente la fiducia nella Compagnia da parte del milione di passeggeri che ogni anno affidano a Costa la propria sicurezza in mare."**

Sulla pagina Facebook del libro **'Crisis Management, la guida del Sole 24 Ore'** stanno venendo pubblicati aggiornamenti su questa situazione di crisi, con commenti critici ed analisi su come essa sta venendo gestita.

(\*) Luca Poma e Gianpietro Vecchiato sono autori, docenti e consulenti di relazioni pubbliche ed esperti di comunicazione di crisi e responsabilitá sociale di impresa. In collaborazione con Enrico Finucci, hanno recentemente pubblicato **"Crisis Management: come comunicare la crisi. Manuale del Sole 24 Ore per la gestione della comunicazione in situazioni di crisi"** (ISBN 978-88-6345-368-3)