

Passo indietro di Ferrero: il World Nutella Day creato dai fan si farà

Dopo il frettoloso blocco, l'evento che da anni celebrava da anni il suo prodotto di maggior successo è stato autorizzato dall'azienda torinese (ma senza scuse alla promotrice Sara Russo) Si chiude il caso Ferrero contro Sara Rosso, che aveva cercato di organizzare un World Nutella Day. Dopo il social fail nei confronti di una fan della Nutella, ecco il comunicato dell'azienda italiana:

“Un positivo contatto diretto tra Ferrero e Sara Rosso, owner di una fan page non ufficiale di Nutella chiamata World Nutella Day, ha chiuso il caso. Ferrero desidera esprimere a Sara Rosso la sincera gratitudine per la sua passione per Nutella, gratitudine che estende a tutti i fan del World Nutella Day. Il caso è nato da una procedura di routine a difesa dei marchi, attivata in seguito ad alcuni usi impropri del marchio Nutella all'interno della fan page. Ferrero è lieta di annunciare che oggi, dopo aver contattato Sara Rosso ed aver trovato insieme le appropriate soluzioni, ha immediatamente interrotto ogni precedente azione. Ferrero si considera fortunata ad avere fan di Nutella così devoti e leali come Sara Rosso”.

Quella dello scorso 7 febbraio è stata la settima edizione del World Nutella Day, l'evento che celebra la famosa, imitata, ineguagliata crema alla nocciola, un marchio che tanto piace ai fan da essere tra i brand più di successo su Facebook, e raccogliendo – in Italia – quasi 3 milioni di Like, più di ogni altra pagina di prodotto. Tanto successo che dal 2007 la Nutella è celebrata anche in un appuntamento in grado di richiamare 40mila fan su Facebook e 7mila follower su Twitter. Un'iniziativa tanto di successo da aver attirato l'attenzione dell'azienda di Pino Torinese, che ha deciso di farla

chiudere.

Lo scrive Sara Rosso, l'organizzatrice, sulla homepage del sito ufficiale dell'evento: "Il 25 maggio chiuderò il sito e tutti gli account sui social media (Facebook, Twitter), in conformità alla lettera che intima di chiudere e desistere ricevuta dai legali rappresentanti di Ferrero, SpA (che produce Nutella)". Con il sito verranno oscurate anche le oltre 700 ricette che sono state inviate da blogger e appassionati, raccolte e pubblicate negli anni.

La lettera arriva a sorpresa, racconta Sara, soprattutto dopo anni di collaborazione con diversi dipendenti del gruppo Ferrero e di contatti con l'ufficio di pubbliche relazioni e i consulenti di brand strategy, volti a creare uno spirito di collaborazione nel celebrare il prodotto. "Ho la speranza che questo non sia un addio alla Giornata Mondiale della Nutella: per il bene dei fan, spero di poter rivivere l'esperienza in futuro, anche in un'altra forma".

Già quasi 200 commenti, sotto il post che annuncia la chiusura, praticamente un solo coro di disappunto dei fan: si va dall'incredulità per un'occasione di pubblicità gratuita gettata al vento – "Smettere? Dovrebbero pagarti" come anche "Conosco gente che ha conosciuto la Nutella solo grazie al World Nutella Day" – alla minaccia di cessare e desistere dai prodotti Ferrero. La migliore è un gioco di parole che in italiano rende poco, quindi eccola in originale: "Nutella... more nuts in company management than in every jar". Si può tradurre così: "Più matti (nuts) nella gestione dell'azienda che noccioline (nuts) in ogni barattolo" (l'avevo detto che faceva più ridere in inglese).

In un'epoca di crescente importanza dei social network in cui le aziende cercano il dialogo e l'interazione con i fan, l'episodio fa riflettere sull'effettivo valore dell'ascolto della Rete. Che ne pensi?