“Ferragni? Video di scuse inutile, compromesse immagine e reputazione”

Chiara Ferragni, il gestore di crisi dopo lo scandalo con Balocco: “Non prendano in giro i cittadini”

Chissà cosa starà pensando adesso **Chiara Ferragni**, con un milione di euro in meno e la reputazione decisamente compromessa. Il caso, divenuto in breve tempo “scandalo”, che ha visto protagonisti la regina degli influencer e i pandoro della **Balocco** rappresenta certamente un brutto colpo per i due brand. E riguardo questo non c’è molto su cui disquisire.

Resta invece un dubbio. Che effetto avrà il video di scuse della **Ferragni**, in cui annuncia oltretutto l’importante donazione, sulla propria reputazione? *Affaritaliani.it* lo ha chiesto a **Luca Poma**, Professore di Reputation management all’Università LUMSA di Roma e all’Università della Repubblica di San Marino, oltre che specialista in digital strategy e

crisis communication.

Il video di scuse aiuterà l'influencer e la Balocco a far cadere tutto nel dimenticatoio?

Il filmato sarà efficace con il pubblico più fidelizzato dell'influencer, quello capace di perdonare "tutto". Era il minimo che potesse fare, ma è anche arrivato in modo tardivo; l'influencer avrebbe dovuto pubblicarlo prima. Comunque, in questo momento, il sentiment dei Social non sembra venirle in aiuto: secondo i primi sondaggi, infatti, il 69% dei commenti online sono negativi.

Questo video non è autentico, in quanto contiene intrinsecamente una bugia. **Ferragni** dice di donare un milione di euro per sostenere le cure dei bambini dell'Ospedale Santa Margherita, ma i soldi che mette non sono i suoi. Devolverà semplicemente la cifra che ha incassato dal business dei pandoro con **Balocco**. Non si possono prendere in giro i cittadini.

Ferragni lo definisce un errore di comunicazione

Non è assolutamente un problema di questo tipo, la vicenda è stata chiaramente costruita in maniera discutibile fin dall'inizio. È stata manipolata la percezione del pubblico a fini di lucro, e non è la prima volta che succede. **Chiara Ferragni** è già finita nuovamente sotto i riflettori per una storia molto simile con al centro, questa volta, le uova di Pasqua. Mi sembra incredibile che un'azienda come la Balocco possa prestarsi a manovre di questo genere.

Che impatto pensa che avrà sui due brand?

Pesante, senza ombra di dubbio. Facendo un'analisi più generale, l'immagine e la reputazione di Chiara Ferragni e della **Balocco** sono state pregiudicate e compromesse. Questa storia rappresenta una vicenda triste che porta a tema che la reputazione è una cosa seria.

Dopo quanto tempo viene dimenticato un evento del genere?

La credibilità è molto complessa da costruire, mentre basta pochissimo per distruggerla. Difficile dire quanto tempo ci vorrà per far tornare le cose alla normalità, ma la strada per la **Ferragni** è sicuramente in salita.