



## **Phelps la marijuana e l'errore di Kellogg Reputazione in picchiata per il gigante dei cereali**

*fonte: RSI News*

Reputazione in picchiata per Kellogg, cui sembra ritorcersi contro la decisione, sbandierata pubblicamente, di non rinnovare il contratto pubblicitario con il campione olimpionico di nuoto Michael Phelps, fotografato mentre fumava marijuana.

Un atteggiamento, secondo Kellogg, “non coerente con l’immagine” della compagnia, che, essendo leader dei cereali per colazione, ha puntato sulla difesa di un’immagine di impresa vicino ad una famiglia idealizzata.

Scelta molto sbagliata, secondo quanto rilevato da Vanno, un sito lanciato lo scorso novembre e sinora poco noto, che compila un indice online della reputazione di oltre 5.500 compagnie, sulla base di quanto si dice di esse su Internet e sui commenti degli utenti a queste segnalazioni. Poi, sulla base di algoritmi matematici, articoli e commenti vengono tradotti in punteggi e in una classifica.

Ebbene, in gennaio Kellogg era al nono posto. Poi la compagnia è stata tra quelle coinvolte dallo scandalo del burro di arachidi contaminato dalla salmonella e ha dovuto richiamare alcuni prodotti. L’impatto di questa vicenda, però, è risultato abbastanza lieve a livello di reputazione e la compagnia è scesa al sedicesimo posto. Poi c’è stato l’annuncio della rottura con Phelps e la reputazione di Kellogg è precipitata prima al sessantottesimo posto, poi all’ottantatreesimo e oggi al centoottesimo.

E’ da notare che la decisione di Kellogg, unico sponsor ad aver rotto con il campione olimpionico, non ha ricevuto attacchi sulla stampa, mentre è stata forte la reazione negativa sui blog e i social network. Si potrebbe quindi pensare che l’indice reputazionale di Vanno sia da prendere con le pinze, perché troppo influenzato da chi utilizza attivamente Internet.

Se così fosse, però, non si capirebbe perché, come ha fatto l’Huffington Post, quando si chiama Kellogg negli Stati Uniti, il risponditore automatico dice: “Grazie per aver chiamato Kellogg Company. Se desiderate fare un commento sul nostro rapporto con Michael Phelps, per favore premete uno, per parlare con un nostro rappresentante. Se chiamate per il recente richiamo del burro di arachidi, per favore premete due. Altrimenti, premete tre e restate in linea. Grazie”.

Se anche Kellogg mette al primo posto Phelps e al secondo i prodotti a rischio, significa che ha avuto maggiori reazioni sul primo argomento.