



## La crisi di Domino's Pizza

*Fonte: Newsletter Norsa & Associati*

Internet, con la sua evoluzione, i social blog, Facebook, Twitter, YouTube, Second Life, e chissà cosa ci aspetta in futuro ci mostra come il mondo sia cambiato e come anche i governi dittatoriali abbiano difficoltà a gestire questa nuova realtà. Cina ed Iran sono un esempio.

Ma può veramente succedere di tutto e bisogna essere pronti anche a quello che non ci saremmo mai immaginati. In aprile Domino's Pizza, catena americana da 1 miliardo e 400 milioni di dollari di fatturato, presente in 60 paesi del mondo si è trovata a fronteggiare una crisi improvvisa e singolare che ha pesantemente colpito la sua reputazione. Due dipendenti hanno inserito su YouTube un video in cui erano ripresi a compiere atti piuttosto disgustosi nella cucina di una pizzeria Domino's di Conover, cittadina di 7.500 abitanti in North Carolina. Prima che il file venisse rimosso dalla popolare piattaforma, è stato visto più di un **milione di volte**. E mentre la notizia rimbalzava su blog, Twitter e magazine online, una ricerca su Google per il termine "Dominos" restituiva un link alla vicenda in 5 dei primi 12 risultati. Nel video incriminato, infatti, si vedeva uno dei due dipendenti, Michael Setzer, 32 anni, infilarsi pezzi di formaggio nel naso prima di guarnire i panini che stava preparando, ripetere la stessa operazione con un peperone (gettato poi nella spazzatura), starnutire sugli alimenti, il tutto accompagnato dai commenti e dalle risate della collega Kristy Hammonds, 31 anni, che ha registrato la sequenza e che accenna a "ingredienti speciali". In un'altra sequenza, si vedeva Setzer lavare le pentole con una spugna da cucina dopo essersela passata tra le natiche. Il gustoso filmato non poteva passare inosservato, in poche ore segnalato via email, sui social network, su blog, divenne un caso prima che alla Domino's si rendessero conto di cosa stava succedendo.

Domino's ha reagito abbastanza rapidamente: il VP Communication di Domino's, Tom McIntire, rispose via email al blog "Good as You" che gli aveva segnalato quattro spezzoni imbarazzanti, dissociando l'azienda e i suoi 125 mila dipendenti dal comportamento di quelli che definì "due idioti" ed impegnando l'azienda a immediate indagini per individuare il ristorante dove si era verificato il fatto. Il giorno dopo McIntire confermò che il ristorante era stato individuato e che i due erano stati prontamente licenziati, mentre l'azienda si riservava quali azioni legali intraprendere contro di loro. Il locale venne chiuso e sottoposto a un trattamento igienizzante. In pochi giorni, secondo la società di analisi di mercato YouGov, la percezione degli utenti sulla catena era però passata da positiva a negativa. Domino's per gestire la crisi aprì anche su Twitter, popolare servizio di "micro-blogging", un account dedicato alla vicenda. Mentre Patrick Doyle, presidente di Domino's Usa, pubblicò un video su YouTube in cui si scusava sentitamente con i clienti e ringraziava la comunità virtuali per la tempestiva collaborazione nel segnalare il problema.

Questa vicenda è stata un'altra dimostrazione della rapidità e della peculiarità dei meccanismi di diffusione delle notizie nell'ecosistema dei "nuovi media". Un ambiente cui le aziende faticano ancora ad adattarsi. Tra i primi a fare emergere la notizia è stato il sito The Consumerist, i cui utenti, lunedì 13, hanno localizzato la pizzeria in oggetto. Martedì 14, dopo che il video era stato segnalato all'azienda, Domino's ha licenziato i due dipendenti. Mercoledì 15 la news, già rilanciata da importanti testate online come Huffington Post, ha raggiunto i media locali e grandi testate nazionali come il New York Times. Il 16 aprile aveva già attraversato l'oceano ed era riportata anche dai media italiani. "Abbiamo forse trascurato l'effetto delle sensazioni virali che si propagano in modo esponenziale", ha ammesso Tom McIntire. E, a differenza dei media tradizionali, la storia per quanto si cerchi di fare, non scompare dalla rete e i video incriminati, anche se rimossi da YouTube sono ancora visibili.