

La catena Chick-Fil-A (7 mila shop) ha precisato le sue tesi ma resistito alla lobby gay

# Un caso Barilla anche negli Usa

## Reagendo al boicottaggio ha venduto il 29,9% in più

DI ALESSANDRA NUCCI

Quanto è convenuto in termini di immagine, alla Barilla, produrre il video di scuse per l'intervista che chiudeva alla pubblicità gay?

Prima, su Facebook, la pagina dedicata alla pasta Barilla risultava aver registrato novemila «Mi Piace» in più, mentre Boicotta-Barilla stenta tuttora a raggiungerne 1.600. Dopo la ritrattazione, cui sono seguite montagne di rilanci e parodie, sulle pagine dedicate a Barilla campeggiano invece, mescolate ai commenti indignati dei gay e dei loro supporter, i commenti delusi dei supporter della famiglia costituzionale, pure loro adesso indignati.

Una risposta si può trovare in un caso parallelo avvenuto negli Usa, dove nel giugno 2012 Dan Cathy, ceo della catena di fast food Chick-Fil-A, che conta oltre 1.700 punti di ristoro sparsi per 38 dei 50 stati Usa, aveva fatto delle dichiarazioni decisamente più forti di Barilla, dicendo fra l'altro che coloro che «hanno la temerarietà di ridefinire il matrimonio» avrebbero «at-

tirato il giudizio di Dio sul nostro Paese».

Di fronte al conseguente putiferio politico e mediatico, l'azienda disse che le parole di Cathy erano state «equivocate», che avevano rispetto per tutti e che avrebbero continuato a



Un punto di ristoro della catena Chick-Fil-A

sostenere «programmi che educano i giovani, rafforzano le famiglie, arricchiscono i matrimoni e sostengono le comunità», ma avrebbero evitato di sponsorizzare «organizzazioni con un intento politico».

I commenti ribaditi di Cathy, uniti al sostegno economico di Chick-Fil-A a gruppi cristiani che si oppongono alle nozze gay, scatenarono clamore e un boicottaggio immediato.

Jeff Bezos, della Amazon, donò milioni di dollari a una campagna per «legalizzare il matrimonio gay» nello stato di Washington, mentre i sostenitori del matrimonio etero lanciarono un movimento di appoggio all'azienda su Facebook che raccolse 600 mila adesioni. La disfidata si svolse in differita fra il 1 e il 3 agosto: il primo, lanciato come «Chick-fil-A Appreciation Day», vide le vendite della catena schizzare in alto del 29,9 per cento; il tre, i contestatori organizzarono un «kiss day» omosessuale davanti ai ristoranti, chiedendo ai sostenitori la devoluzione del costo di un pasto Chick-Fil-A (nome che sta per «filetto di pollo», dove Fil-A

si pronuncia «filei», dall'americanizzazione del francese «filet») ai gruppi di attivismo pro-gay, un dato ovviamente non misurabile.

A distanza di mesi l'Huffington Post informava che gli affari di Chick-Fil-A stavano andando a gonfie vele. Citando uno studio riportato dal più diffuso quotidiano americano Usa Today, della Sandelman & Associates, il giornale riferiva che nel terzo

trimestre 2012 i clienti erano aumentati del 2,2 per cento rispetto allo stesso periodo dell'anno prima, e un sondaggio condotto fra 30 mila consumatori di fast-food confermava che lo share di mercato era aumentato dello 0,6 per cento, mentre la visibilità in generale della catena era aumentata di un buon 6,5 per cento.

Di fronte a questo successo, che contraddice anche le

previsioni di Business Insider secondo cui la Chick-fil-A era destinata a subire «danni permanenti al suo brand», gli esperti contattati dal Huffington Post si sono dichiarati «esterrefatti», poiché la catena, a loro avviso, aveva combinato «un disastro di Pr» e costituiva un caso paradigmatico di cosa non bisogna fare in caso di crisi d'immagine.

© Riproduzione riservata

### SCOVATI NELLA RETE

metta il filetto nella ciotola, e nessuno si farà male!!!



### LETTERA

#### Lo stipendio del portavoce di Fassino

Con stupore ho letto riferimenti a Torino nel suo articolo «Il problema è il taglio della spesa pubblica».

Se c'è una città fortemente impegnata sul fronte del contenimento della spesa pubblica quella città è Torino. Nel 2012 sono state realizzate alienazioni mobiliari e immobiliari e privatizzazioni di società partecipate per oltre 245 milioni di euro, e sul fronte della spesa corrente, Torino ha ridotto la propria di 25 milioni di euro nel 2011, 50 nel 2012, 80 nel 2013. Sarebbe utile sapere quanti Ministeri e amministrazioni statali hanno fatto uno sforzo analogo.

In merito allo stipendio del mio portavoce la invito a verificare le sue fonti di informazione, stante che Gianni Giovanetti non percepisce affatto 10.000 euro, ma l'equivalente della sua qualifica di giornalista professionista al momento della sua assunzione.

Piero Fassino

Ringraziamo il sindaco di Torino per il suo intervento che però non risponde all'unica affermazione fatta da ItaliaOggi e cioè che il sindaco Fassino abbia assunto, senza concorso, il suo portavoce a 10 mila euro lordi il mese. Le sole smentite utili sarebbe perciò state a queste affermazioni: assunzione per chiamata e compenso concesso. Se la cifra di 10 mila euro lorde è sbagliato pubblicheremo subito la cifra lorda esatta. Ci mancherebbe.



Piero Fassino

### CARTA CANTA

## Doppio aumento di capitale per Intesa Private Banking

DI ANDREA GIACOBINO

Doppio aumento di capitale da oltre mezzo miliardo di euro per Intesa Sanpaolo Private Banking, la banca private del gruppo Intesa presieduta da Giampaolo Bracchi e guidata da Paolo Molesini.

Poche settimane fa, infatti, l'assemblea straordinaria dell'unico azionista Intesa ha deliberato un aumento del capitale per complessivi 513 milioni di euro di cui 84,2 milioni a titolo nominale e i restanti 328,7 milioni a titolo di sovrapprezzo da eseguirsi mediante conferimento da parte rispettivamente delle controllate Cassa di Risparmio di Pistoia e Lucchesia (Crpl) e Cassa di Risparmio dell'Umbria (Cru) dei rami aziendali private banking.

Nel dettaglio, la prima ricapitalizzazione sarà di 119,5 milioni mediante emissione di 29.896 ordinarie al prezzo complessivo di 333.000 di cui 119.584 da imputare a capitale e 213.416 a titolo di sovrapprezzo: questo aumento sarà liberato da Crpl mediante il conferimento del citato ramo aziendale.

La seconda ricapitalizzazione, riguardante il conferimento da parte di Cru, sarà di nominali 64.640 euro mediante emissione di 16.160 ordinarie al prezzo

complessivo di 180.000 euro ciascuna di cui 64.640 da imputare a capitale e i restanti 115.360 a titolo di sovrapprezzo.

L'integrazione delle reti private delle banche del gruppo Intesa Sanpaolo Private Banking ha l'obiettivo di rafforzare i contenuti dell'offerta, il livello del servizio e l'efficienza complessiva del modello di business rivolto alla clientela di fascia alta dell'istituto.

Per valutare i conferimenti Intesa Private ha affidato due perizie alla Ernst & Young che ha concluso stimando in tra 7,9 e 8,3 milioni il valore dell'asset di Crpl e fra 3,5 e 3,6 milioni quello di Cru.

Tali valori eccedono abbondantemente quelli di patrimonio netto conferiti (333 mila euro per il ramo Crpl e 180 mila per quello Cru), ma l'aumento di capitale complessivo è invece nettamente superiore a tali valori perché prende in considerazione i patrimoni conferiti dalle due banche.

In particolare, Crpl ha una raccolta complessiva di 407 milioni rappresentata da 855 clienti affidati a 10 gestori privati; mentre Cru ha una raccolta complessiva di 490 milioni rappresentata da 546 clienti, ove spiccano quattro fondazioni bancarie.

© Riproduzione riservata