la Repubblica

a

PAGINE:1;25 SUPERFICIE:47 %

PAESE: Italia

PERIODICITÀ: Quotidiano ...

DIFFUSIONE:(597694) **AUTORE**:Di Fulvio Paloscia...



▶ 15 giugno 2020

Firenze



Una blogger per sedurre i turisti perduti

di Fulvio Paloscia
• a pagina 25

Metti una blogger a Firenze Come sedurre i turisti perduti

di Fulvio Paloscia

FIRENZE - Un appello agli influencer perché raccontino la città ai giovani, invitandoli a visitarla. L'amministrazione comunale fiorentina cerca di risorgere dalle macerie della pandemia ripartendo anche dai social come attrattori del turismo che il Covid ha massacrato. Gite scolastiche comprese. In prima linea, l'assessore alla cultura Tommaso Sacchi, 37 anni, che sta progettando una "call" rivolta a chi, su Facebook o Instagram, catalizza l'attenzione dei ragazzi con codici nuovi, veloci. Economici. E proprio nel week end in cui Chiara Ferragni posta immagini della gita alle Cinque Terre, decantandone la bellezza, Cristina Fogazzi alias l'Estetista Cinica – che ogni giorno dispensa consigli di bellezza a 656 mila follower – racconta per immagini la sua giornata a Firenze «bella da stordire» tra Uffizi, Pa-

lazzo Vecchio, Palazzo Strozzi, al grido di «riprendiamoci questa Italia spesso bistrattata». Risultato: «Sto ricevendo centinaia di messaggi privati di giovani che mi chiedono informazioni sull'accessibilità post Covid dei musei fiorentini, o sulla mostra di Tomas Saraceno a Strozzi» dice Sacchi. Che ora vuole coinvolgere Stefano Guerrera, l'ideatore di "Se i quadri potessero parlare", il progetto web che associa celebri opere d'arte a frasi apparentemente sconnesse con risultati surreali, e lo

la Repubblica

PAGINE :1:25 SUPERFICIE:47 %

PAESE: Italia

PERIODICITÀ: Quotidiano

DIFFUSIONE:(597694) AUTORE: Di Fulvio Paloscia...



▶ 15 giugno 2020

scrittore e influencer (ma anche attore) Paolo Stella, lanciato da «Amici» e astro della più agguerrita web strategy. Senza contare i fiorentini Wikipedro, una specie di Alberto Angela che racconta sui social la storia della città con ironia tutta toscana, e il cantautore Lorenzo Baglioni.

«Credo che ci sia un potenziale enorme in questo settore - spiega Sacchi - tutto sta nel trovare opinionisti digitali che abbiano una sensibilità verso l'arte e sappiano espri-

merla con rispetto».

Il progetto di Sacchi immagina due tipi di sperimentazione: «Da una parte, la struttura classica e inamovibile del grande museo che deve adattarsi ad una comunicazione estranea ma utile, dall'altra l'agilità dei codici social che devono ripensarsi per raccontare la città in modo consono». E, azzarda l'assessore, chi comunica sui canali digitali a eserciti di follower può far scattare un turi-

smo giovanile più consapevole che a Firenze – città della visita mordi e fuggi - manca: «Durante il lockdown è cresciuta l'attenzione nei confronti degli influencer, capaci di risvegliare una curiosità nuova e il desiderio di contribuire alla rinascita del Paese. L'ampliamento dello storytelling di una città oggi non è più un optional, ma è una necessità».

Sacchi sa benissimo di incorrere nei malumori di chi guarda con sospetto agli influencer come veicolo di arte, e non ha risparmiato critiche e accuse a Eike Schmidt, direttore degli Uffizi, e alla sua idea degli Uffizi su Tik Tok: «A coloro che invocano di non svilire il nostro patrimonio sui social affidandolo a chi parla di bellezza o di creme, vedi l'Estetista cinica, io replico: come arrivi a raccontare a un ragazzo la storia dei Medici ignorando il linguaggio del web? Quanti giovani avranno mai letto un catalogo d'arte?». Cristina Fogazzi-Estetista Cinica è categori-

ca. E mette in guardia «quei ragazzi

che conoscono a menadito la Thailandia o l'Antelope Canyon e non sanno cosa sia la Val d'Orcia. O a Roma ci sono stati, sì, ma una volta, in gita scolastica, in quinta elementare. Dobbiamo riappropriarci del nostro Paese, questo è il momento buono». E il modo migliore per attrarre un turismo giovane e desideroso di approfondire il genius loci di una città «non è la pagina di pubblicità sulla rivista di turismo o il costoso video istituzionale. Con le mie story di Instagram e i miei feed su Firenze ho raggiunto 650 mila persone tra i 25 e 40 anni in un botto, con una velocità pazzesca, col bellissimo rischio di far diventare gli Uffizi di moda». I pregiudizi dell'accademia? «Sono convinta che il successo delle raccolte fondi per la ricerca sul Covid lanciate sui social da Chiara Ferragni abbiano sdoganato questo tipo di comunicazione. Perché, finalmente, si è capito che funziona».

L'influencer Estetista Cinica: "Con i miei feed su Instagram ho raggiunto 650 mila ragazzi in un botto"

Visite crollate per la pandemia. Palazzo Vecchio va a caccia di ventenni usando le star dei social

Gli altri protagonisti

Stefano Guerrera Ha 32 anni ed è autore di "Se i quadri

potessero



la Repubblica

PAESE :Italia
PAGINE :1;25

SUPERFICIE:47 %
PERIODICITÀ:Quotidiano ...

DIFFUSIONE:(597694) **AUTORE**:Di Fulvio Paloscia...



▶ 15 giugno 2020

parlare"

Paolo Stella Milanese, ha 42 anni, è blogger, attore e regista





▲ La blogger Cristina Fogazzi e l'assessore alla cultura fiorentino Tommaso Sacchi