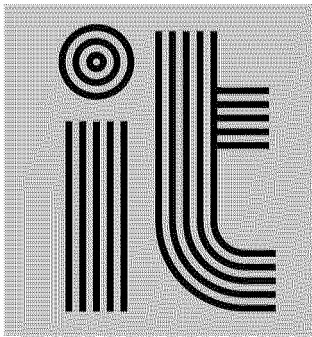


**ITALIAN TECH** Nata nel 2020, l'azienda milanese ha già oltre 150 ragazzi e ragazze che lavorano sui social network. In una villa nei pressi di Monza imparano tutto quello che serve per trasformare una passione in una professione

# La vita nella casa Stardust

## “Qui studiamo da influencer”



EMANUELE CAPONE

**S**i può vivere di social network? Quello dell'influencer può essere un lavoro? La domanda torna con insistenza da un paio d'anni, ma ora è possibile rispondere di sì con relativa sicurezza: senza scomodare Chiara Ferragni, lo dimostrano casi di perfetti sconosciuti arrivati a incassare centinaia di migliaia di dollari grazie a YouTube. Soprattutto, lo dimostra la storia di Stardust.

È un'azienda fondata ad aprile 2020 a Roma (ma ha una sede pure a Milano) da Simone Giacomini, Fabrizio Ferraguzzo, Alan Tonetti, Antonino Maira ed Ettore Dore e quello che fa è sfornare talenti. Sui social, s'intende: «L'abbiamo creata in piena pandemia - ci racconta Giacomini, che ha 35 anni - dopo avere studiato le piattaforme online per capire che cosa volesse il mercato. Abbiamo visto che i tempi erano maturi per fare quello che volevamo fare».

**Per 10 contenuti alla settimana, ai creator va uno stipendio mensile fra 500 e 3mila euro**

Ossia mettere sotto contratto oltre 150 creator su TikTok, Facebook e Instagram e fare da tramite fra loro e le aziende interessate ad avere visibilità: «Ci contattano, spiegano cosa vogliono, se servono post, foto, video o altro e noi incarichiamo il creator giusto». Che riceve uno stipendio da Stardust (fra i 500 e i 3mila euro al mese) per produrre una media di dieci contenuti alla settimana: «Abbiamo industrializzato il mestiere di influencer, gli abbiamo dato regolarità e concretezza - dice ancora Giacomini - Questa cosa funziona soprattutto grazie a TikTok, che è forse l'unico social network a premiare davvero il merito. Su Facebook e Instagram diventi famoso se sei già famoso, ma su TikTok puoi farcela anche partendo da zero, come dimostrano i casi di Khaby Lame e Charli D'Amelio».

Funziona, e lo dimostrano i numeri: a fronte di un investimento di 100mila euro, Stardust ne ha fatturati 1,5 milioni in 8 mesi del 2020 e oggi ha 35 dipendenti. E lo dimostra la Stardust House, una villa di 1500 metri quadrati con piscina, palestra e parco, aperta il 4 luglio dell'anno scorso a Briosco (Monza), che è una specie di scuola da influencer. «All'interno vivono 15 creator fissi e altri 8 che cambiano ogni settimana, hanno fra i 16 e i 22 anni e oltre a creare video, seguono corsi di fotografia, edi-

ting, montaggio, dizione, recitazione, inglese e canto». Imparano un lavoro, cioè.

### Cos'è una content house

La villa di Briosco è una content house, una casa in cui le

persone si ritrovano per creare contenuti ma anche imparano, una via di mezzo fra *Amici* e il *Grande Fratello*. Com'è viverci dentro lo spiega la giovanissima Samara Tramontana, che ha 17 anni e su TikTok ha oltre 510mila follower: «Dopo sveglia e colazione, alle 11 c'è un briefing sui video che ognuno deve fare nella giornata, nel pomeriggio ci sono i corsi, poi dopo cena siamo liberi».

Le clip, che sono almeno 2-3 al giorno e che Samara divide fra «quelle di lavoro (richieste dalle aziende, ndr), quelle che facciamo di nostra iniziativa e quelle che seguono i trend», vengono girate in vari ambienti della villa: «Ce ne sono tantissimi, tante location molto diverse fra loro, dalla nostra camera alla sala per le dirette su Twitch, al giardino».

Lei è entrata nella Stardust House di recente ed è riuscita a farcela grazie agli account sui social: «Mi hanno notata da alcuni Reel su Instagram, mi hanno contattata e chiesto se volevo fare parte di questa cosa». È quello che Stardust ha fatto con altri come lei: «Li abbiamo cercati e abbiamo chiesto loro quanto lavoravano e quanto guadagnavano -

ci ha svelato Giacomini - Ad alcuni abbiamo proposto di unirsi a noi». Samara ha accettato: «I miei genitori erano dubbiosi perché non conoscevano TikTok, poi hanno capito che stavo bene ed ero contenta e mi vedono felice quando torno a casa (più o meno ogni 2-3 settimane). E quindi sono felici pure loro».

### Il futuro di Samara e Stardust

A settembre Samara tornerà a scuola per finire il liceo, ma questa esperienza le ha cambiato le prospettive: «Mi sono venute nuove idee e mi si sono aperte nuove porte - ci ha raccontato con l'entusiasmo tipico della sua età - perché quello che facciamo qui permette non solo di farsi conoscere, ma di imparare cose utili». E da grande? «Vorrei lavorare nel cinema, e i corsi che faccio nella Stardust House mi stanno insegnando come farlo».

Stardust ha già lavorato con Fca per il debutto della Panda 40th Anniversary, con Sky, Chupa Chups, Liu Jo e Kfc: i suoi creator garantiscono ogni giorno più di 1200 contenuti, 450mila ore e 150mila views e su Instagram il profilo della Stardust House ha una fanbase di oltre 50 milioni di utenti a livello nazionale. E anche l'azienda, come Samara, sta pensando al futuro: «Entro fine 2021 apriremo altre due case, una a Dubai e una a Miami, strategica sia per il mercato Usa sia per quello dell'America Latina». —

© RIPRODUZIONE RISERVATA



## Un anno di Reels

I Reels, lanciati un anno fa, sono la risposta di Instagram a TikTok: brevi video verticali, quasi sempre con musica e mosse di danza. Il più visto in Italia è il tutorial dove Elettra Lamborghini spiega la coreografia della sua ultima hit.

## Un caso mondiale

Khaby Lame, 21 anni, vive a Chivasso (Torino): ha conquistato i social con video in cui non dice neanche una parola. Su Instagram ha superato Chiara Ferragni, su TikTok è il numero 2 al mondo, con oltre 100 milioni di follower.

## IL CONTENT HUB

### Una guida per scoprire il futuro

Capire la tecnologia, conoscerla, usarla, è il modo migliore per non essere dominati: questo è il senso di Italian tech, il nuovo hub di tecnologia di GEDI.

Italian Tech tiene il polso di un mondo che cambia, dove i nuovi creativi sono i maghi del codice, racconta le startup e le loro idee innovative, la mobilità, i gadget più nuovi e più utili. Prova a capire come funzionano i servizi e le piattaforme che usiamo tutti i giorni, e a seguire il (lento) processo di digitalizzazione della Pubblica Amministrazione e i rischi della cybersicurezza. Con inchieste e interviste, video e live, Italian Tech spiega una rivoluzione che non è più dietro l'angolo, ma che sta già correndo.

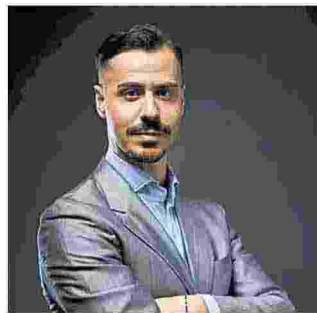
Perché della tecnologia non si può fare a meno. È una delle lezioni della pandemia: come avremmo fatto senza internet, e-commerce, videochiamate? Strumenti che molti hanno usato per la prima volta in questi mesi terribili, mentre altri ne sono stati esclusi: è vero che più la tecnologia si evolve, più diventa economica e facile da usare, ma c'è ancora molto da fare perché nessuno rimanga indietro. E noi raccontiamo anche questo. All'indirizzo italian.tech, su La Stampa, Repubblica, Secolo XIX e altre testate del Gruppo. B.RUF. —



**SAMARA TRAMONTANA**  
CREATOR SU TIKTOK



All'inizio i miei genitori erano dubbiosi, ma ora mi vedono felice e lo sono pure loro



**SIMONE GIACOMINI**  
FONDATORE STARDUST



Abbiamo reso quello di influencer un mestiere, gli abbiamo dato regolarità e concretezza

