

Data: 28.03.2022 Pag.: 31
 Size: 891 cm2 AVE: € .00
 Tiratura:
 Diffusione:
 Lettori:



Il progetto Stardust House, una villa dove convivono e lavorano giovani star dei social



di MICHELA ROVELLI

Guardandola dalla stradina di un piccolo paese della Brianza, sembra una villa di campagna come tante altre. Ma, passato il portone, ci si ritrova in un vero e proprio set da piccolissimo schermo: lo smartphone. In questa casa ci abitano una ventina di ragazzi tra i 17 e i 25 anni che, insieme, totalizzano in un solo giorno 20 milioni di interazioni sui social. Instagram, Tik Tok, YouTube e Twitch sono i loro strumenti di lavoro, dove li seguono 50 milioni di persone. Vivono qui, nella *Stardust House*, la prima accademia di influencer in Italia. «L'idea è nata nell'estate del 2020 — racconta il creatore del progetto, Alan Tonetti, Chief creative office e founder di Stardust Spa —. Abbiamo pensato di replicare il modello americano delle *content house*, case di influencer, ma cercando di accompagnare il più possibile i ragazzi nel percorso, per avvicinarli ai brand e al pubblico in una maniera sana».

Stardust Spa è una realtà giovane, specializzata nel mondo del social marketing, che nel giro di un anno ha raggiunto i 9 milioni di fatturato. La *Stardust House* è il suo «fiore all'occhiello». Le vite dei ragazzi che vivono, studiano e lavorano qui sono anche state raccontate in un libro, edito da [Mondadori Electa](#), uscito il 15 febbraio. L'idea è di seguire l'anno accademico, come una vera scuola. Condividono tutto, 24 ore su 24: hanno a disposizione 1.300 metri quadrati divisi in camere e saloni, una piscina, una sauna, una palestra e un enorme giardino. Ma anche una sala per provare le coreografie e una

stanza appositamente costruita per le dirette su Twitch e YouTube. Perché tutto, ogni dettaglio dell'arredamento, nella *Stardust House*, è pensato per diventare l'ambientazione di video, post, reel e storie.

Scegliere gli inquilini giusti per l'accademia del social non è facile: è come quando si cercano piccoli prodigi nei campetti di calcio che un giorno diventeranno campioni di Serie A. Devi vedere il potenziale, è questione di intuito. Come è successo con Samara Tramontana, che per passare le ore durante il lockdown si è messa a postare video su Instagram dalla sua cameretta. Appena entrata alla *Stardust House* è esplosa, da zero a centinaia di migliaia di follower. Anche lei fatica a spiegare il successo improvviso: «Sono una ragazza semplice. Racconto tutto, mostro gli aspetti belli e brutti dell'adolescenza. Magari chi mi segue si rispecchia in me», ci racconta mentre è in pausa da una prova per una coreografia che finirà in uno spot. A fianco a lei c'è George Ciupilan, che se dovesse descriversi come influencer si qualificerebbe invece come un «buon consigliere. Posso aiutare i ragazzini più piccoli, stargli vicino, crescerli in qualche modo. Ed è bellissimo».

Quella dell'influencer è ormai considerata una vera e propria professione. E non solo per i soldi che riescono a guadagnare (alcuni arrivano anche a 3.000 euro al mese). Servono impegno e competenze. Qui i ragazzi seguono corsi di recitazione, canto, ballo, dizione, montaggio e public speaking. Ed è fondamentale anche dare

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario. Non riproducibile

Data: 28.03.2022 Pag.: 31
 Size: 891 cm2 AVE: € .00
 Tiratura:
 Diffusione:
 Lettori:



loro un supporto costante, per assicurarsi che queste giovani star social siano anche preparate mentalmente all'esposizione pubblica conseguente al loro lavoro.

Anche perché i lati negativi dei social non sono pochi: «Essere sempre esposto può essere un'arma a doppio taglio. Tante volte non hai la tua privacy e, soprattutto, trovi molte persone finte che si avvicinano a te per secondi fini». Così la pensa Andrea Fratino che, che nonostante i suoi vent'anni, ha già dovuto affrontare una situazione familiare difficile e un incidente stradale che avrebbe potuto lasciarlo paralizzato. Ha avuto fortuna e ora racconta la riabilitazione ai follower nella speranza di tornare a fare ciò che ama di più: giocare a calcio. Nel frattempo, rincorre il pallone nei videogiochi nelle dirette su YouTube e nei just chatting su Twitch: «Per me questo è un mondo nuovo — ci rivela —. All'inizio era un disastro, un tronco nei balletti. Dopo un mese di rodaggio, ho conosciuto Twitch e me ne sono innamorato».

Nonostante il successo così precoce, parliamo di adole-

scenti che ancora non sanno cosa faranno da grandi. Vedono tante strade da sperimentare. Se Andrea Fratino spera di diventare un commentatore Dazn, Giorgia Yin è forse la ragazza che ha il cassetto più ricco di sogni: dentro ci troviamo la professione di influencer ma anche quella di stilista e soprattutto di attrice. Internazionale. Perché Giorgia Yin tiene molto alle sue origini cinesi e alla sua personalità a metà tra due culture così lontane: «Ho un diario con la lista delle cose da fare entro i 25 anni. Da sola sono riuscita a fare il 30%, entrando a Stardust House sono arrivata al 70%. Qui provo tutto: magari scopro di avere una dote nascosta che non conoscevo!». Del resto l'obiettivo del progetto è proprio questo: aiutare nuovi talenti a emergere e trovare la giusta direzione. «Cerchiamo di prepararli al mondo del lavoro anche quando saranno fuori di qui — conclude Alan Tonetti, che sta per inaugurare due nuove sedi, a New York e a Dubai —. Alcuni continueranno a fare gli influencer, altri lavoreranno forse dietro le quinte. E saranno poi loro ad aiutare nuovi influencer a crescere».

LOG

COME UN SET DA SMARTPHONE

La grande villa si trova in Brianza. I 1.300 metri quadrati sono divisi in 8 stanze, due saloni, piscina, sauna, palestra e un enorme giardino.

I NUMERI SUI SOCIAL

Insieme, le star dei social creano oltre 100 contenuti al giorno, per un totale di 20 milioni di interazioni e 50 milioni di follower.

LA PIATTAFORMA PREFERITA

Per molte delle giovani star della content house è YouTube il social preferito, perché «permette di esprimersi a 360 gradi».



Il libro
 Il 15 febbraio è uscito il libro ufficiale di Stardust House (**Mondadori Electa**), dove i ragazzi raccontano la loro storia



L'ideatore
 A creare il progetto è stato Alan Tonetti, Chief creative office e founder di Stardust Spa, società di social marketing