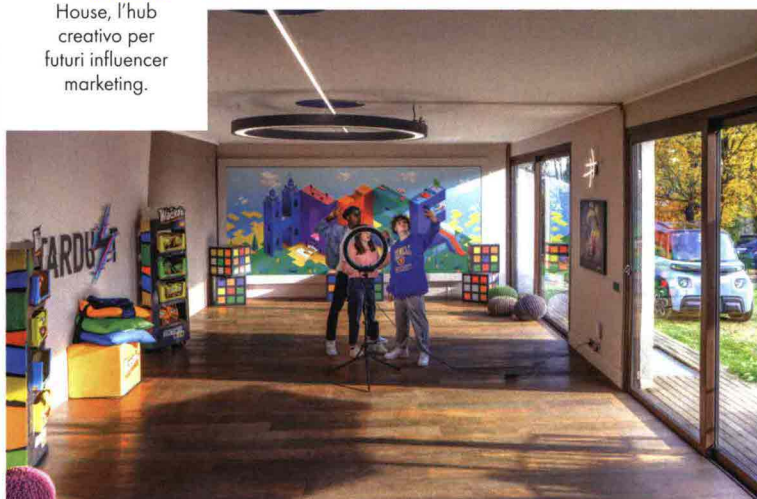


NEWS A SCUOLA!

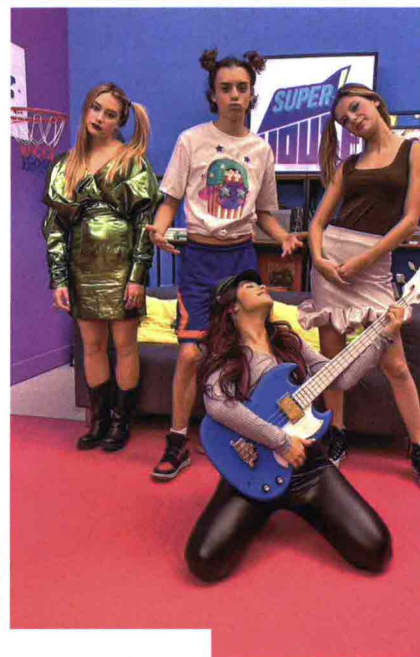


Alcune immagini della **Stardust House**, l'hub creativo per futuri influencer marketing.



QUANT'È BELLO STARE NELLA *house*

HANNO TUTTI I MEZZI E IL TEMPO NECESSARI PER LAVORARE SULLA LORO CREATIVITÀ. SONO I **NUOVI TALENTI DEI SOCIAL**. CHE INSIEME VIVONO, PRODUCONO E FATTURANO di RACHELE DE CATA



Sopra, i tre protagonisti della sit-com *Super! House*, a sinistra la creator Giulia Sara Salemi (18).



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

C'era una volta la Hype House di Los Angeles (da cui è tratta l'omonima docuserie targata Netflix), primo collettivo per giovani star del web nato da una felice intuizione, e cioè che tante menti creative sommate tutte assieme possono diventare esplosive e moltiplicare il fatturato. L'esperimento, nato a fine 2019, è stato un successo che ha generato il fenomeno delle collab house: ville da sogno dove i creator possono vivere, studiare e lavorare. Come Stardust House, una grande villa fuori Milano inaugurata in piena pandemia. Ci vivono a rotazione una ventina di ragazzi tra i 16 e i 25 anni, mentre sono in continuo aumento quelli che pur non risiedendoci stabilmente qui vengono a lavorare (Stardust è anche una società di management che cura l'immagine e i diritti di molti creator). I numeri sono pazzeschi: 9 milioni di fatturato in un anno, un milione di contenuti originali e un centinaio di aziende che si affidano a questi ragazzi per il loro posizionamento social. Roba da Gen Z: un mare magnum di competenze condivise, un flusso di creatività che viene alimentato costantemente. Ogni mattina dopo il brief delle nove ai ragazzi vengono assegnati i loro compiti, che siano corsi di recitazione, di ballo e di canto; lezioni di inglese, ma anche di styling e di marketing. E poi ci sono i contenuti brandizzati, quelli che fanno guadagnare da poche centinaia di euro a cifre da capogiro (ognuno percepisce il compenso in base ai lavori come creator). Per il resto: tempo libero, amori, sostegno vicendevole per chi non sa gestire i soldi e la popolarità. In pochissimo tempo la struttura si è dovuta organizzare come un'azienda, con la nascita di nuove divisioni. Starworks ad esempio è la prima accademia per influencer. Un progetto itinerante, costola di Stardust, per imparare la professione del futuro (full immersion di tre weekend in sei città, da nord a sud). Ma cosa faranno questi ragazzi quando non avranno più l'età per ballare davanti a un cellulare? Saranno editor, videomaker, manager e imprenditori. Nessuno di loro sembra spaventato: se TikTok chiudesse domani, in molti non resterebbero con le mani in mano.

DAL WEB SONO ARRIVATI IN TIVÙ

Accanto a Stardust House, che va così bene da aprire nei prossimi mesi delle succursali a Dubai e negli Usa, in Italia ci sono altri hub: dalla coloratissima Defhouse a Milano, ad House of Talent, l'incubatore creativo dal quale è nato, di esperimento in esperimento, il programma televisivo *Super! House*. Una sit com ambientata dentro una collab house dove i tre protagonisti - Anais Mariani e i gemelli Matilde e Leonardo Carioli, tutti classe 2006 - interpretano loro stessi mentre condividono la vita. Una sorta di *Grande Fratello* per adolescenti, una finestra sceneggiata sul mondo delle house (va in onda ogni giorno sul canale *Super!* in tre momenti: alle 7.50, alle 16.10 e alle 19.30). Tutto non vero ma verosimile. Del cast fanno parte anche altri giovani talenti del web, tra cui la "crush vip" Giulia Sara Salemi, 18 anni e 900mila follower su Instagram (nessuna parentela con l'omonima conduttrice 28enne). Fino a due anni fa usava i social per gioco, poi ha accompagnato degli amici alla Stardust House, ha postato dei contenuti che sono diventati subito virali e lì è rimasta a vivere fino a un mese fa. «Diventa

una famiglia, è tutta vita vera. *Super! House* invece è uno show, si segue una sceneggiatura: io interpreto l'ospite anche se con i protagonisti sono molto legata nella vita reale». Di questo esperimento tra social e tivù incuriosisce il mezzo, la televisione, quanto di più lontano dal mondo dei teenager e dei loro smartphone: «In effetti è strano ma è sempre un'emozione guardarsi in tivù, è una soddisfazione. E poi il creator non cambia la sua attitudine: è una persona capace di tirare sempre fuori la novità, di essere originale ed esplosivo».

ALTERNANZA SCUOLA-LAVORO

Stanze colorate, tanto divertimento e molta libertà. Stare in una house sembra il Paese dei balocchi. «Lo è» conferma Giulia, «ma si tratta di lavoro, il creator è una delle professioni pagate meglio, è molto richiesta. E dietro ci sono tantissimi investimenti». Fa strano parlare di lavoro a 16, 17 o 18 anni. E il liceo? Dalla Stardust spiegano che ogni studente minorenni viene accompagnato la mattina a scuola, e riportato il pomeriggio in house. Giulia Sara Salemi conferma: «Io sono fortunata perché la scuola è a venti minuti di distanza dalla house. Ora sono tornata a casa perché quest'anno ho la maturità. Ma chi viene da più lontano deve cambiare istituto, ne sceglie uno vicino alla house». E a casa non dicono niente? «I miei genitori all'inizio non ne volevano nemmeno sentir parlare» confessa. «Del resto io non volevo fare l'influencer però sono diventata un fenomeno nel giro di pochi mesi e così dopo un po' ero sempre nella house, dormivo lì, ci vivevo. Per loro è stato piuttosto difficile accettarlo, ma hanno capito che è per il mio futuro». Perché bisogna sempre avere una visione, e un piano B: «Sono follemente innamorata dell'arte, della musica. E poi scrivo, recito, da grande farò l'attrice e produrrò musica. Lo dico con certezza perché ci sono tanti progetti in ballo».

A LEZIONE DI MODERNITÀ

Nelle house si entra introdotti da qualche "collega" oppure perché ci si è fatti notare sui social, ma lo scouting è continuo e davanti ai cancelli ci sono spesso ragazzi in coda. Eppure, al netto del rapporto umano, vivere più o meno a lungo in una di queste content house non è il meglio che possa capitare: quello che fa veramente gola è l'investimento professionale a lungo termine. Gli autori televisivi del futuro (ammesso che esista ancora la televisione), gli sceneggiatori e i creativi del cinema e della musica arriveranno, c'è da scommetterci, anche da un'esperienza di questo tipo. Intanto ci sono gli e-sport, il metaverso e la radio: dal mese di gennaio la Stardust cura il palinsesto e la direzione artistica di RDS Next, la social radio più seguita su TikTok. Vabbè, dai giovani per i giovani, direte. E invece no. Prendete Giorgio Panariello, 61 anni. Avendo intuito il potenziale di queste realtà, ha voluto conoscere i ragazzi della Stardust House. Il risultato è *From Boomer to Zoomer*, un format originale pronto a sbarcare su Twitch e TikTok. «Ho capito che se non vuoi perdere contatto con il mondo ti devi agganciare anche a realtà diverse dalla tua» ha detto il comico toscano. Dandoci un'idea: andiamo a lezione dai nostri ragazzi.

*Il creator è
CAPACE DI
INDIVIDUARE
le novità e di
essere SEMPRE
ORIGINALE*