

IL PRECEDENTE

**Le vette apuane
“pubblicizzate”
con una foto
modificata
al computer**

— MASSA CARRARA —

LE APUANE «taroccate» presentate nella prima versione della campagna «Divina Toscana» alla Borsa internazionale del turismo di Milano scatenarono la rabbia molti. Lo stesso presidente della Regione Toscana, Enrico Rossi, bocciò apertamente la campagna realizzata dalla «SI&Blu» di Roma: 100mila euro fu la spesa iniziale per realizzare le immagini che in molti non hanno esitato a definire “taroccate”. Era il febbraio del 2014. Quattro mesi dopo la campagna fu completamente rivista: addio ai trucchi da «photoshop», i panorami tornarono a essere quelli amati dai toscani e dai turisti di tutto il mondo.

