

LA CITTA' SUL RED CARPET

LE STELLE DEL GRANDE CINEMA
SABATO SCORSO LA PRIMA MONDIALE
AL TEATRO DELL'OPERA
DEL FILM DI RON HOWARD «INFERNO»



CHE SPOT MONDIALE *Onda Hollywood: sfruttiamola*

Fabri: «Inferno regala emozioni, Firenze ne godrà»

di LEONARDO BARTOLETTI

«ESSERE alla prima di Inferno e vedere Firenze così stupendamente rappresentata ha suscitato in me un forte senso di orgoglio. Ho visto evolvere questa città negli ultimi quindici anni e diventare centro di interessi e di stimoli».

Elisabetta Fabri, presidente e amministratore delegato di Starhotels, non ha dubbi: 'Inferno' è un progetto al quale la città, ma più in generale la Toscana e l'Italia del turismo, dovranno essere grati.

Cosa trasmette questo film di così originale e particolare?

«Inferno mostra Firenze non solo per la bellezza dei paesaggi e la piacevolezza del nostro stile di vita, ma anche per un intrigante fascino dei luoghi dell'arte e della storia. Questo in un modo tutto nuovo, attraverso l'ambientazione negli spazi più significativi ed iconici della nostra Firenze. Oggi le nostre scelte sono sempre più indotte dall'emo-

zione che viene suscitata. E' questo il trigger per scegliere una destinazione piuttosto che un'altra».

Quale la strada moderna per promuovere un Paese, una città o, più in generale, una destinazione?

«L'Italia già da sola è un viaggio di emozioni. Oggi però il modo di rappresentare il nostro Paese deve cambiare, prendendo proprio spunto dalla strada indicata dal film. 'Inferno' farà sentire senza dubbio positivi effetti su Firenze, sulla reputazione della città, sulle emozioni che possono essere accese e che sono poi alla base della scelta di una destinazione. A questo, in chiave di strategia generale, è poi necessario aggiungere le esperienze che devono essere proposte agli opinion leaders. È evidente che 'Inferno', soprattutto se inserito in un più ampio progetto di marketing territoriale, aiuterà Firenze a riconfermarsi e rafforzarsi come destinazione ambita per un turismo di altissimo livello, sempre più esigente».

Firenze, secondo lei, ha individuato la strada giusta per la sua promozione?

«Sì, soprattutto grazie all'impegno di due giovani sindaci, Matteo Renzi prima e Dario Nardella poi, che si sono fortemente impegnati a dare a Firenze un nuovo appeal. Stiamo davvero sulla strada giusta».

Quando, nel concreto, si potranno vedere gli effetti positivi di 'Inferno' su Firenze?

«In occasione del ritorno di Ron Howard, Tom Hanks e Felicity Jones a Firenze per l'anteprima mondiale del film, i riflettori di tutto il mondo si sono accesi sugli eventi che hanno animato la città nella scorsa settimana. Già in quei giorni gli hotel hanno fatto registrare occupazioni importanti. Ma anche ristoranti e servizi come noleggi auto hanno avuto una immediata e positiva ricaduta. Da oggi, giorno in cui il film sarà nelle sale, vendere Firenze sarà probabilmente ancora più semplice».

Le strutture ricettive della città si sono

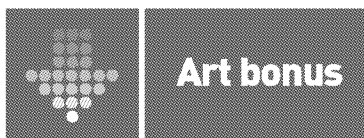


organizzate per sfruttare l'onda del film?

«Sì, senza dubbio. Noi, a Starhotels, abbiamo per esempio deciso di lavorare, in questa prima fase, attraverso i principali social network, per suscitare interesse sulla destinazione e stimolare il nostro pubblico a regalarsi un weekend a Firenze, alla scoperta della città che per 3 giorni è divenuta una piccola Hollywood sull'Arno. Contemporaneamente, la notizia di questo grande evento d'interesse mondiale è stata impostata come teaser sul nostro website, segnalata come news e motivazione al viaggio».

Insomma una grande spot di cui il riflessi positivi sono estesi a tutti gli operatori del turismo

«Non mancheranno operatori che promuoveranno tour che avranno come protagoniste le zone e gli angoli di città dove è stato girato il film. Elementi che potranno essere di traino alla promozione della città e che non mancheranno di attirare visitatori, probabilmente anche di livello medio-alto».



**Ha regalato
un tesoretto
per il Piazzale**

ELISABETTA Fabri, manager e presidente di Starhotels, ha regalato un tesoretto alla città donando un milione (dei 5 necessari) per la ristrutturazione di piazzale Michelangelo. Operazione meritoria realizzata grazie alla legge sull'art bonus. Starhotels è abituata a donazioni a beneficio delle città in cui sono ubicati i suoi alberghi (12 in Italia, più New York, Parigi e Londra), ma il dono a Firenze è speciale: «Le nostre radici sono qui».