

# Dai social al sociale, la sfida degli influencer su Ace4Beauty

## IL PROGETTO

**S**i sfoglia (quasi) come un magazine ma è su Instagram. Tenendo a battesimo Ace4Beauty l'idea era quella di creare la prima influencer beauty community italiana indipendente. «È un progetto molto articolato - spiega Lavinia Fazio, una ventennale esperienza in aziende cosmetiche internazionali, ideatrice dell'iniziativa insieme a Valentina Scanziani, esperta di tematiche sociali - Il nostro obiettivo è quello di creare uno spazio di alta qualità nel quale si riuniscono i beauty influencer, che diventi un punto di riferimento per appassionati della bellezza e delle aziende del settore. Abbiamo scelto Instagram perché è il luogo "virtuale" al quale tutti guardano, ma al tempo stesso vogliamo alzare il livello dei contenuti: attraverso un piano editoriale inedito Ace4Beauty unisce linguaggi e

protagonisti dei social allo stile delle testate "glossy magazine"».

## I RITRATTI

Come? Innanzitutto pubblicando immagini realizzate da un fotografo professionista (@gianmariafioriti): niente selfie ma ritratti, in cui i quattordici influencer coinvolti diventano modelli, illustrando i temi caldi del make-up come i trend della bellezza. «Parlare di bellezza non vuol dire solo mostrare il prodotto ma anche la bellezza intrinseca di un'immagine, accompagnata da contenuti specifici e di livello - spiega Lavinia Fazio - Per questo anche nella scelta degli influencer abbiamo puntato su nomi già attrattivi per follower e aziende. Si tratta di @mikeligna, @adrianaspink, @vanessaziletti, @elenaschiavon, @gloriafair, @ilariarodella, @elenaschiavon, @mrdaniel, @greta\_ag, @virginiamaccagno, @lacindina, @martacerreto, @jolieidee e @graceonyourdash, ciascuno con competenze specifiche in un settore».

## LE COLLABORAZIONI

Ace4beauty ha stretto un accordo con Cosmetica Italia - associazione nazionale delle imprese cosmetiche che rappresenta il primo e autorevole riferimento per la raccolta di dati, trend e approfondimenti tecnico-normativi - organizzando ad esempio masterclass dedicate a specifiche tematiche del settore cosmetico. Mentre la conoscenza del mondo delle fragranze sarà sviluppata grazie alla collaborazione con **l'Accademia del Profumo**.

Gli influencer saranno quindi sempre più competenti, informati e sensibili alle tematiche sociali, che per la prima volta saranno inserite in un piano editoriale sociale, con progetti di comunicazione legati al mondo femminile: «Abbiamo lanciato la sfida di affrontare temi come la violenza sulle donne, le disuguaglianze di genere, i diritti civili, l'inclusione, con l'obiettivo di creare una nuova sensibilità all'interno della community».

**Silvia Cutuli**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**LE CREATRICI Valentina Scanziani e Lavinia Fazio. A sinistra, la nuova pagina Instagram**



**LA PRIMA COMMUNITY ITALIANA INDIPENDENTE PARLERÀ DI COSMETICA MA ANCHE DI TEMI COME VIOLENZA E DISUGUAGLIANZE**

