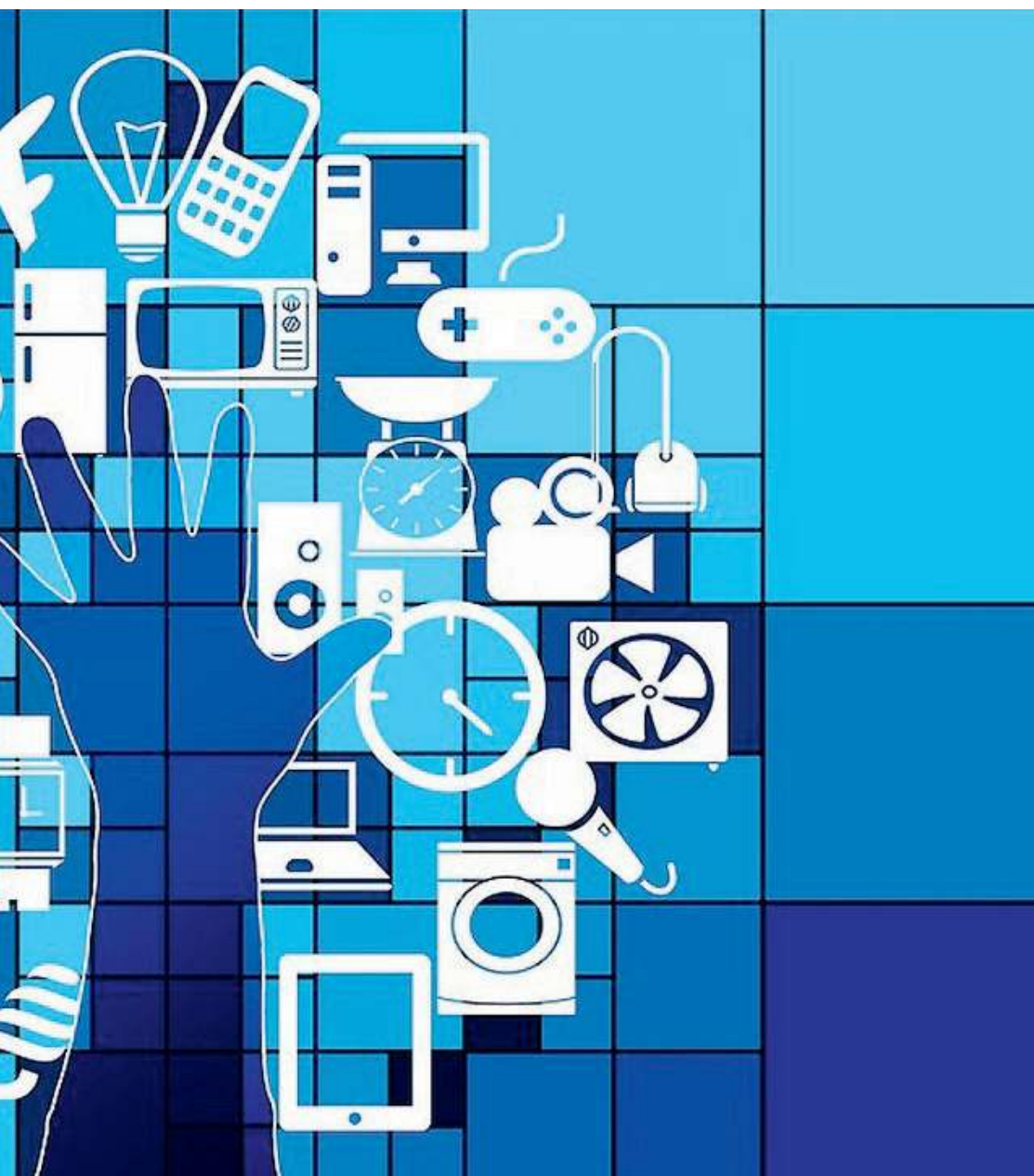


BRESCIA E PROVINCIA



VITA NOTTURNA

Da Borgo Wührer al Carmine: i trend della movida cittadina

PIAZZA ARNALDO ANDATA E RITORNO... CON FURORE

Ilaria Rossi · i.rossi@gioaledibrescia.it

A volte ritornano. E chi l'avrebbe detto mai. All'inizio del decennio scorso la piazzale Arnaldo pareva destinata a svuotarsi definitivamente. Anzi, a spostarsi esattamente di due chilometri e mezzo. Borgo Wührer pareva infatti destinato a diventare - e restare - nuova capitale della movida cittadina. E invece, già a partire dal 2011, la situazione lungo viale Bornata comincia a farsi difficile. I residenti si lamentano e le proteste fioccano, tanto che si decide di anticipare la chiusura del parcheggio sotterraneo. Quello che fornisce un supporto fondamentale per i migliaia di avventori che affollano i locali che sono sorti qui. Nel momento di massimo splendore BW arriva ad attrarre migliaia di giovani e giovanissimi, trasformandosi in una piazza brulicante isolata dal resto del mondo.

La «bolla» però sfuma rapida, mentre piazzale Arnaldo vive uno dei momenti di massimo svuotamento della sua storia recente. Le auto in tripla fila sono incredibilmente scomparse e al tintinnar di «pirli» si sostituisce il tonfo sordo dei fedelissimi avventori rimasti, che comunque scelgono di non abbandonare questa zona, considerata la più modaiola e «fighetta» della città.

Nel frattempo però, dalle nebbie di una connotazione da sempre malfamata nell'immaginario dei bresciani, inizia a emergere il Carmine. Che a partire dal 2012 comincia a popolarsi di locali e localini, più o meno alternativi, che offrono aperitivi, cene light e musica dal vivo. È presto il delirio: il popolo della



Gran vivai. Metti una sera in piazzale Arnaldo

notte accorre a popolare questo nuovo quartiere-fenomeno. Tanto che anche qui iniziano i problemi di convivenza con il vicinato. Poco male. Il Carmine ha iniziato una mutazione che non intende arrestarsi. Così, mentre l'affollamento fisiologicamente cala, continuano ad aumentare ristoranti, bar e gallerie. Il weekend il quartiere vive - durante la settimana un po' meno -, ma oggi senza la sbornia dei primi tempi. Con buona pace dei residenti. Intanto, però, a rialzare la testa con un ruggito leonino ci ha pensato piazzale Arnaldo. Il restauro dell'ex mercato dei grani ha portato una ventata di novità: e con essa gli infaticabili movidari.

L'intervista - **Cristina Fogazzi**, *Estetista Cinica*

«CHE RIVOLUZIONE VENDERE CREME ON-LINE E... SUL NASTRO DEL SUSHI»

Prima che Cristina Fogazzi togliesse il camice bianco per indossare le paillette rosa fluo dell'Estetista Cinica, in pochi avrebbero pensato di guardare un video su YouTube per imparare a lavarsi bene la faccia. La prima ad essere incredula è proprio lei, 45enne originaria di Sarezzo e oggi imprenditrice di successo di fama nazionale, protagonista di un'ascesa che dai social l'ha catapultata al vertice di un'azienda che nel 2019 ha fatturato 16 milioni di euro, vendendo (soprattutto online) prodotti per la cura della pelle.

L'impennata della sua notorietà sta tra gli assi cartesiani dei più potenti strumenti web, sfruttati come da manuale affidandosi all'istinto e a una verve comunicativa non comune. Ha cominciato pubblicando vignette irriverenti su Facebook in cui sfatava il mito della bellezza ad ogni costo («contro la cellulite l'unico vero rimedio è Chuck Norris»), per poi passare ai consigli sul blog, ai video in cui mostrava maneggiando palline da ping pong come funziona la ritenzione idrica, alle newsletter con gli sconti e al lancio del suo e-commerce.

È stato grazie a Instagram però che Fogazzi è stata conosciuta in tutta Italia (oggi ha 485 mila follower), arrivando quest'anno a organizzare il tour Circo Cinico nelle piazze per incontrare le sue fan e aprendo corner nei reparti profumeria di Rinascente. Le creme dell'Estetista Cinica, prodotte dall'azienda cosmetica Biogei di Pian Camuno, sono finite così sugli scaffali accanto ai sieri delle maison di fama mondiale, scatenando code chilometriche di ragazze ad ogni inaugurazione. Un popolo di adepti della Luce Liquida (suo prodotto di punta), che lei chiama «fagiane» per l'approccio scanzonato e chiassoso che le contraddistingue.

Cristina, il suo record più recente è stato il Black Friday 2019 (o Pink Friday, come da lei ribattezzato).

Sono ancora scioccata: in 48 ore abbiamo più che raddoppiato i numeri dello scorso anno, incassando oltre 3,5 milioni di euro. Non ce lo aspettavamo nemmeno noi, anche se memori del successo del 2018 (gli accessi al sito furono talmente tanti che l'e-commerce crollò più volte e il sistema logistico di spedizioni andò quasi in tilt) ci eravamo preparati.

Un anno d'oro, visto che nelle scorse settimane ha ricevuto anche due importanti riconoscimenti.

Sì, Forbes mi ha inserito tra i 50 personaggi dell'ultimo decennio che, partendo da Face-



book, hanno sfruttato il digitale in modo innovativo per creare delle attività imprenditoriali offline. Un premio che credo che io e il mio team ci possiamo prendere senza falsa modestia (ride ndr). Poi sono stata eletta personaggio dell'anno ai Macchianera Awards, la cui giuria assegna ogni anno l'Oscar del web. Anche questa è stata una soddisfazione grandissima, anche se all'inizio pensavo fosse uno scherzo: l'anno scorso aveva vinto papa Francesco.

Quale sceglierebbe come momento migliore del 2019?

Tra i tanti, il red carpet alla Mostra del cinema di Venezia: un'estetista al Lido non si era mai vista, i fotografi non sapevano chi fossi ma scattavano perché sentivano la gente urlare il mio nome da dietro le transenne. È stato emozionante.

Che progetti ha per il futuro, considerando che non si potrà per sempre andare avanti solo sui social...

A dicembre ho tagliato il nastro del mio primo negozio, a Milano, che è tutto fuorché una normale profumeria. Ci si trova di: dagli specchi deformanti al nastro sushi su cui scorrono i miei prodotti, uno scivolo dove si lanciano i flaconi vuoti da riciclare, tutto l'allestimento insomma è nel mio stile un po' distopico. In cantiere c'è anche un progetto nelle farmacie, ma per ora non posso svelare di più. Sono stati tre anni folli, alla velocità della luce, che mi hanno catapultata in una dimensione diversa, ma resto una bresciana pragmatica e con i piedi ben saldi a terra. //

FRANCESCA RENICA

Mangiare fuori restando a casa grazie ai riders

Nuove professioni

I ciclo fattorini sono per ora diffusi soltanto in città: la paga è di 4 euro a consegna



Sulle due ruote. Consegne a domicilio in bicicletta

■ Al ristorante certo ci si va ancora, ma sempre più spesso si mangia fuori restando a casa: il cibo ce lo portano i riders.

Una figura professionale assolutamente sconosciuta dieci anni fa, un universo sotterraneo, dove le ombre sono più delle luci, dove il lavoro a cottimo spinge ciclo-fattorini sottopagati a ritmi forzati, senza tutele e sicurezze.

Loro corrono da una parte all'altra della città, in bici o in motorino, incuranti di pioggia e vento perché è il solo modo per guadagnare di più e quindi riuscire a portare a casa la giornata. Per i riders non ci sono differenze tra festivi, weekend, orari notturni o tutto quello che un lavoratore dipendente di solito ha, e questo perché so-

no lavoratori «autonomi», sebbene non siano loro a concordare la paga né a decidere le modalità con cui devono svolgere l'attività.

Il servizio è comodo, veloce, svolto spesso alla perfezione. Le statistiche dicono che i compensi possono anche superare i 1.500 euro al mese. Dipende naturalmente da quanto si lavora. Difficile che vi sia un fissa. Si va a compensi al chilometro o in base al numero di consegne; in media 4 ai 4,5 euro lordi a consegna. C'è però un problema, sollevato dai sindacati: quello delle condizioni di lavoro di questi ciclo-fattorini.

Difficile del resto non parlare di sfruttamento quando per una consegna restano in tasca 3 euro netti. Il fenomeno dei riders, i fattorini su due ruote arruolati da società di food delivery, cresce anche a Brescia.

La stima (al ribasso) parla di un centinaio di lavoratori, concentrati tutti in città, visto che il mondo delle App delle consegne a domicilio (Deliveroo, Glovo, Just Eat, My Menù, Foodora...) non è ancora sbarcato in provincia. //