



## Weekend al completo



In coda Ai Bagni Misteriosi fino a 1.500 ingressi in un weekend

# File ai Bagni Misteriosi per i tuffi e gli aperitivi

**A**tmosfera modaiola, aperitivi al tramonto, aggressiva campagna sui social. Gli ingressi ai Bagni Misteriosi crescono del 20 per cento, il doppio delle altre piscine. Nel week end registrano il *sold out*, con 1500 persone di media a fare tuffi, italiane e straniere, e anche nei giorni feriali a luglio i biglietti staccati sono saliti da 450 di media a 650, anche grazie al taglio del costo dal 27 giugno (sceso grazie alla convenzione con il Comune). La verità è che anche le piscine non sono più solo acqua, ma «esperienza». La politica degli eventi, del marketing, dell'attivismo virtuale (e non) paga. La pagina Facebook dei Bagni misteriosi conta quasi 32 mila follower, le piscine di Milano Sport, pure in grande spolvero come presenza, complessivamente neanche 5 mila. La forbice si allarga su Instagram: una (6200 follower) contro tutte (600). «A gestire la comunicazione è la squadra del Teatro Franco Parenti. Facciamo una politica attiva, mirata, il più possibile diversificata a seconda del target e della giornata», spiegano da via Carlo Botta. Se si va sui siti delle piscine gestite da Milano Sport, più tradizionali, si viene indirizzati ad una pagina Facebook unica dove ci sono informazioni su tutti gli sport e anche, ad esempio per la Cozzi, sullo shopping di costumi in saldo. Strategie diverse. Una pratica, l'altra *smart*.

© RIPRODUZIONE RISERVATA