

Supernova tra «Pane, web e salame» per giovani talenti affamati di futuro

Al Nuovo Eden al via il festival dell'innovazione col convegno su imprese e contenuti digitali

Primo giorno

Alessandro Carboni

Le idee cambiano il mondo. E quando invadono le piazze trasformano il volto di una città. Ieri Brescia, come già fece nel 2014, si è riaffacciata alla finestra che guarda sul futuro con la seconda edizione di Supernova, il festival dell'innovazione e della creatività promosso da Talent Garden in collaborazione con Comune, Aib, Università degli Studi di Brescia e Ubi Banca.

L'inizio. L'inaugurazione, con il primo convegno «Pane, web e salame» al Cinema Nuovo Eden, porta la firma del nostro giornale. In apertura della conferenza annuale organizzata dai ragazzi di Gummy Industries e Tag - dedicata alle modalità di produzione dei contenuti digitali -, Editoriale Bresciana Spa, Talent Garden, The Ing Project Srl hanno lanciato DayDream, concorso che metterà in competizione le idee dei giovani innovatori, dai 16 ai 30 anni, per trasformarne una, la migliore, in una vera e propria start-up. «Editoriale Bresciana chiama all'ope-

Presentato DayDream il concorso per startupper tra i 16 e i 30 anni che hanno idee vincenti

ra i talentuosi del nostro territorio che hanno un sogno innovativo da concretizzare - ha spiegato ieri Italo Folonari, presidente di Numerica -. Perché lo facciamo? Perché siamo convinti che un'istituzione come il nostro gruppo editoriale abbia il compito di far incontrare le generazioni, i progetti e le idee».

Il bando. Entro il 1° settembre 2016 il bando, realizzato in partnership con Sei Consulting, valuterà, tramite un comitato di esperti e professionisti del settore dell'innovazione e della comunicazione, la pertinenza, l'originalità e la fattibilità dei progetti inviati dagli aspiranti startupper. I migliori dieci avranno la possibilità di presentarsi a una platea di investitori, industriali e finanziari, mentre al progetto scelto dalla votazione finale, che si svolgerà nel corso di Supernova 2016, saranno garantiti

l'assistenza di The Ing Project, per le operazioni di equity tramite crowdfunding, uno spazio gratuito per tre mesi nel co-working Tag di via Cipro 66, la consulenza del Giornale di Brescia sul versante della comunicazione e di Sei Consulting per la stesura del piano industriale da proporre agli investitori. «Non sempre chi ha un'idea ha o conosce gli stru-

menti con i quali tradurla in pratica - ha sottolineato Matteo Masserdotti di Tip Ventures -. Ad esempio il crowdfunding ancora poco diffuso in Italia negli Stati Uniti dove è ormai consolidato nei piani di lancio di un nuovo prodotto. Spesso agli innovatori serve una bussola per orientarsi».

Il bando (info e iscrizioni: www.festivalsupernova.it/daydream) non ha limiti di categorie. Alla gara, infatti, potranno partecipare progetti provenienti da diversi settori: dalla chimica al digitale, dal manifatturiero alla tecnologia. Il requisito essenziale è il potenziale innovativo. «E chissà - ha aggiunto Folonari -, tra qualche anno potremmo ricordare questo momento come l'inizio di un percorso che ci ha portato in dimensioni inaspettate».

Pienone. Spirito, quello di DayDream, perfettamente in linea con il format di «Pane, web e salame» che ieri ha convocato all'Eden una sfilza di specialisti del marketing e della comunicazione digitale. Tra loro Riccardo Zanardelli, trade marketing manager di Beretta, Emiliano Negri, autore del generatore di rendering a Expo e Paola Salvatori del Gruppo Mediobanca che ha ripercorso la storia del giornale online CheFuturo!. «Negli ultimi 6 anni il mondo della comunicazione è cambiato, ora anche le aziende hanno bisogno di capire come utilizzare al meglio web e social media» ha specificato Davide Dattoli fondatore di Talent Garden e organizzatore, insieme a Alessandro Mininno e Fabrizio Martire, di PWeS. Davanti a loro una sala al completo, occupata da giovani innovatori e imprenditori. Iphonizzati, tabletizzati, affamati di futuro. //



Protagonisti. Italo Folonari



Lezione. Una lezione dell'Educational nella sala santi Filippo e Giacomo



Installazione. Un'installazione dell'Istituto Foppa in piazza Paolo VI per Supernova

Lezioni d'innovazione in via Battaglie

Educational

Scoprire i trucchi del Chromakey, acquisire elementi di visual merchandising, imparare a gestire un blog.

L'innovazione fa scuola nell'area Educational di Supernova che ieri, alle 8.30, ha aperto i battenti nella sala Santi Filippo e Giacomo di via Battaglie. Uno spazio interamente dedicato a lezioni interattive, attività didattiche, laboratori, rivolti agli studenti di medie e superiori. Fin dalla mattina l'affluenza è stata buona con un flusso continuo. Molto interessante l'incontro «Pixar Story», un viaggio con Pietro Grandi tra creatività, tecnologia e i segreti della grande casa di produzione. Dai cartoons d'ultima generazione ai social network con «Digital Content», condotto da Paolo Fossati, docen-

te di Etica della comunicazione dell'Accademia di Belle Arti SantaGiulia. «Il workshop - ha spiegato Fossati - propone una riflessione sulla condivisione dei contenuti sui social: l'azione più naturale che l'utente possa fare in rete, ripetuta quotidianamente, spesso senza riflettere sul significato e sulle possibili conseguenze che questa attività può comportare».

Molto animata dal via vai delle scuole la Lab Area di Educational, all'interno del progetto «Germogli di creatività e innovazione» curato dal Gruppo Foppa. Affiancati dagli insegnanti degli istituti del gruppo (Cfp Lonati, Piarmata, Foppa, Machina Lonati, SantaGiulia e San Clemente) i ragazzi hanno potuto sperimentare la progettazione e la stampa in 3D, il visual merchandising per allestire una vetrina creativa, e comprendere il brand food. //



Innovative dinner

Finisce a tavola il primo giorno di Supernova, con la «Innovative dinner» servita dai migliori chef e pasticceri bresciani e con Luca De Biase, de Il Sole 24 Ore e curatore di Supernova. Durante la serata De Biase ha diretto un confronto sui mutamenti strutturali del valore del lavoro, con Massimo Rivoltella della Cattolica di Milano, Diego Ciulli, public policy maker di Google, e Daniele Lago, Ad dell'azienda di arredamento Lago Spa.

Siderweb, la ricerca tra riciclo e futuro

Il concorso

C'è il bisogno di innovare, con un'industria che da «pensante» deve farsi «pensante». Il messaggio è passato nei due appuntamenti portati ieri in piazza Bruno Boni da Siderweb, canale d'informazione del mondo siderurgico, per mostrare alla città «il bello dell'acciaio». In mattinata la presentazione di «Ambarabà Riciclocò», quarta edizione del concorso letterario nazionale per scuole promosso da Ricrea, Consorzio Riciclo e recupero imballaggi acciaio, e ideato dalla rivista Andersen. Una sfida di creatività che vedrà cimentarsi gli studenti nella composizione di una storia in versi ottonari in rima baciata, riprendendo lo stile classico del Corriere dei Piccoli, sul tema del riciclo dell'acciaio. Alle 17 la com-



Vittoria Alata. Morandi e Pasini

munity ha radunato i principali imprenditori siderurgici per svelare la Vittoria Alata di sei metri prodotta con rottame ferroso dell'arch. Oliviero Baldini, direttore artistico di Made in Steel. «Quelle dell'innovazione, della sostenibilità, del digitale che può cambiare i modelli di business» ha ricordato Manuel Morandi, presidente di Siderweb. //