

INIZIATIVE Prende il via lunedì 27 giugno Class Digital Experience Week, la prima settimana dedicata interamente allo sviluppo della conoscenza e dell'innovazione. Mostre, eventi, conferenze e laboratori fino al 3 luglio

Milano si apre al digitale

di Gian Marco Giura

La Class Digital Experience Week organizzata da Class Editori è un'occasione unica per toccare con mano quanto il digitale fa e può fare per migliorare la vita di noi tutti, dalle attività lavorative a ogni singolo dettaglio del nostro quotidiano, in ogni ambiente e in tutte le attività in cui si esprime ogni giorno: lavoro, famiglia, vita sociale, sport, studio, divertimento. Per la prima volta infatti una città intera apre le sue porte al digitale, rendendo possibile il contatto e l'esperienza diretta fra i cittadini e coloro che creano la tecnologia digitale e con questa danno vita al nuovo mondo di oggi e di domani.

Da lunedì 27 giugno a domenica 3 luglio Milano si trasformerà in un grande teatro-laboratorio, in cui enti, università, grandi aziende, piccole start-up, ricercatori di fama internazionale, realtà poco conosciute al grande pubblico e centri di ricerca consentiranno ai cittadini di vedere, capire e provare le infinite possibilità offerte dalla rivoluzione digitale, con un calendario di conferenze, mostre, seminari, prove pratiche quotidiane aperte gratuitamente al pubblico (tutte le informazioni sono sul sito classdigitalweek.it).

La cerimonia di inaugurazione sarà lunedì 27 giugno alle 9 nella Sala delle Cariatidi del Palazzo Reale di Milano. Mario Rasetti (presidente di Isi Foundation), Ciro Cattuto (director of science di Isi Foundation) e Alessandro Vespignani (Isi Foundation - Chair of the Science Board & Northeastern University Boston) affronteranno uno dei temi oggi più importanti: «Big Data. Salute, economia, clima e sicurezza. Come usare gli algoritmi per migliorare la qualità della vita».

La tecnologia, impulso per le aziende

di Giuliano Dara

Alle aziende e ai professionisti che vogliono assicurare e far crescere il loro livello di utilizzo della tecnologia è dedicato «Impulso Digitale - L'innovazione al centro di un business in anticipo sul futuro», il primo grande evento italiano di questo tenore, che si terrà al Vodafone Theatre di Milano (via Lorenteggio 240) lunedì 27 giugno alle 15. Esperti del settore e aziende saliranno sul palco per condividere le loro esperienze con i presenti con l'obiettivo di aiutarli a rispondere ad alcune fra le domande più importanti che un imprenditore e un professionista si pongono oggi davanti alla rivoluzione tecnologica: quanto è digitale il mio business? Come posso rendere più produttiva la mia azienda? Come posso rendere sicura la mia attività? Interverranno fra gli altri Alberto Baban (vicepresidente e presidente Piccola Industria), Paolo Barbara (direttore

organizzazione e sistemi informativi di Bindi), Flavio Beretta (general manager di Quant Italia), Andrea Casalini (chief executive officer di Eatly net), Domenico Ciccarelli (responsabile commerciale operation di Aurora Biofarma), Manlio Costantini (direttore enterprise di Vodafone Italia), Elisabetta Cozzi (co-fondatrice di Fratelli Cozzi), Francesco Morace (presidente di Future Concept Lab). La partecipazione all'evento, che sarà moderato da Andrea Cabrini (direttore di Class Cnbc), è gratuita previa registrazione sul sito di Impulso Digitale (impulsodigitale.it). Nell'occasione Vodafone presenterà «Ready Business Index», un test di autovalutazione, personalizzato in base al settore e alla dimensione aziendale, attraverso il quale è possibile misurare i gap digitali e ottenere uno spaccato più dettagliato della propria alfabetizzazione digitale anche in relazione ad altre aziende dello stesso settore merceologico. (riproduzione riservata)



A Palazzo dei Giureconsulti (piazza dei Mercanti 2) si terrà la mostra «Class Digital Experience Week - Digiland. Casa, lavoro e gioco nell'estremo presente» a cura dell'architetto Italo Rota, autore fra gli altri del Museo del '900 di Milano, del Museo d'Orsay di Parigi, del Padiglione del vino all'Expo 2015. La mostra abbraccia alcuni degli ambiti più interessanti del mondo digitale in un percorso che ne racconta lo sviluppo e le

potenzialità. Tre le sezioni in cui si articola va segnalata «DNO-Digital Native Objects», in cui sono protagonisti stampanti 3D, sculture parametriche, lampade dalle forme complesse, abiti prodotti direttamente da file digitale e alimentati da tecnologie smart, cibi stampati in 3D, come la pasta in forme personalizzate. Art-Cade è dedicata al mondo dei videogiochi, di cui Milano è una delle capitali europee in un mercato che, nonostan-

te la crisi economica, produce fatturati in crescita e posti di lavoro. Tra gli altri motivi di interesse i visitatori potranno provare dal vivo e gratuitamente «Valentino Rossi The Game, alias MotoGP 16», il gioco prodotto da Milestone e dedicato al ventennale della carriera motociclistica del campione pesarese. Arricchisce l'esperienza «Life. Augmented-StMicroelectronics e gli oggetti intelligenti di oggi e di domani», una galleria di

prodotti che possono esemplificare le tante nuove applicazioni realizzate nell'ambito dell'Internet of Things (l'Internet degli oggetti) e dello Smart Driving (guida intelligente). Le applicazioni sono suddivise in cinque aree che corrispondono alle cinque aree di focalizzazione di StMicroelectronics: smart things, smart home, smart industry, smart city e smart driving. Protagoniste di Class Digital Experience Week sono anche le principali università milanesi, come la Bocconi, l'Università Milano-Bicocca, l'Università Cattolica, l'Università degli Studi di Milano, il Politecnico. Ogni giorno in programma laboratori, incontri ed eventi che affronteranno alcuni tra gli argomenti più interessanti

in un viaggio che non conosce confini, dall'intelligenza artificiale alla realtà virtuale per la riabilitazione fino all'informatica musicale.

Molti i momenti organizzati da aziende leader nei loro settori, fra cui per esempio Young & Rubicam, IBM, Ogilvy & Mather e The Fablab, che condividono la

loro expertise consentendo ai visitatori di entrare nei loro mondi, toccando con mano l'innovazione.

Venerdì 1° luglio la cerimonia di chiusura nell'Auditorium Testori di Palazzo Lombardia, con la conferenza dedicata al tema «Intelligenza artificiale-Robotica e genetica, una sfida al futuro», con gli interventi di Francesca Rossi, Roberto Cingolani, Stefano Gustinich e Alessandro Curioni. (riproduzione riservata)

Tutti protagonisti con un selfie

di Gillo Lenotti

Tutti potranno diventare protagonisti di Class Digital Experience Week inviando un selfie che andrà a comporre il ritratto digitale di alcuni personaggi famosi grazie a un software che combinerà insieme le migliaia di fotografie inviate mediante il sito classdigitalweek.it.

Si comincia con il ritratto di Antonio Conte, commissario tecnico della nazionale italiana. Già da lunedì prima della partita delle ore 18 con la Spagna le foto ricevute dai tifosi daranno vi-



ta al ritratto, che sarà visibile sia sul sito sia della Gazzetta dello Sport (gazzetta.it) sia di Class Digital Experience Week. E gli altri personaggi? Valentino Rossi, Monica Bellucci, Steve Jobs, Taylor Swift e uno skyline di Milano. Come fare per partecipare? È sufficiente collegarsi al sito e cliccare sull'icona rossa con su scritto selfie

che si trova in home page e poi seguire la procedura. La tecnologia utilizzata consente di ritrovare e ingrandire la propria foto fra le migliaia di ogni composizione. (riproduzione riservata)

In regalo l'abbonamento a Class

di Alessandro Aloisio

Per tutta la settimana tra lunedì 27 giugno e domenica 3 luglio i lettori di Class potranno avere in omaggio un abbonamento gratuito a tre numeri del mensile. In occasione della Class Digital Experience Week il magazine, che da 30 anni



racconta i cambiamenti degli stili di vita, si presenta ai suoi lettori in una veste rinnovata sia nella grafica sia nei contenuti e in una versione esclu-

sivamente digitale. Chiunque si recherà nei negozi e nelle filiali di CheBanca!, Eni, Ing Direct, Intesa Sanpaolo, Poste Italiane, Tim, Unicredit, Vodafone e Webank.it, oltre che negli info point dell'Atm di Milano, inquadrando il QR Code presente sui cavalletti che troverà esposti e seguendo passo l'apposita procedura di registrazione, riceverà in omaggio un abbonamento che si attiverà a partire dal primo numero di Class in uscita. (riproduzione riservata)