

I giovani video-maker raccontano la città attraverso la luce

Presentata la seconda edizione del concorso video "Riprenditi la città, Riprenditi la luce" che diventa internazionale. Il racconto urbano notturno e la quotidianità visti con gli occhi e la sensibilità degli under 30 attraverso "corti" di 60 secondi. L'iniziativa promossa da Aidi in collaborazione con Fondazione Triennale di Milano

Alberto Taliani - Mer, 19/11/2014 - 18:48

Riprenditi la città, Riprendi la luce atto secondo. Diventa **internazionale** la seconda edizione del **concorso video** organizzata e promossa dall'associazione culturale non profit **Aidi**, (l'Associazione italiana di illuminazione) in collaborazione con la **Fondazione Triennale**.



Il 2015 è stato infatti proclamato **Anno internazionale della luce** dall'assemblea dell'Onu. Protagonisti di *Riprenditi la città, Riprendi la luce* saranno la luce, i giovani **under 30** e le **città**, lo "strumento" della narrazione il video: un breve filmato di **60 secondi** realizzato con qualsiasi strumento (smartphone, videocamere, iPhone, iPad e tablet). Tre le categorie alle quali i videomaker possono concorrere inviando i cortometraggi al sito www.riprenditilacitta.it **entro il 28 febbraio 2015**: luce e luoghi, luce e cinema, luce e musica.

Alla presentazione dell'iniziativa hanno partecipato **Cristina Tajani**, assessore alle politiche per il lavoro, sviluppo economico, università e ricerca del Comune di Milano, **Gianni Drisaldi** presidente di Aidi, **Margherita Suss**, *lighting designer* e responsabile del concorso, **Nicoletta Gozo** responsabile del progetto *Lumière* di Enea, **Gaetano Capizzi** direttore del *festival Cinema Ambiente* di Torino e il rapper **Ghemon** che con la sua musica rappresenta la cultura underground e il rapporto dei giovani con la città. "Il concorso si conferma anche quest'anno un importante contenitore per tanti ragazzi under 30 che vogliono confrontarsi con il linguaggio audiovisivo raccontando attraverso la luce e le sue espressioni il proprio modo di vivere la città e il territorio - ha detto **Cristina Tajani** -. Proprio la luce diventa protagonista coniugando cultura e arte con la ricerca di nuove modalità espressive dando spazio alla creatività, ai creativi ma anche e soprattutto a Milano in vista di **Expo 2015**".

Il tema centrale è lo **spazio urbano notturno** con protagonista la luce e si propone di far emergere il rapporto dei giovani con la città dove vivono, studiano o lavorano, rendendoli più consapevoli dell'importanza che l'illuminazione riveste nella vita di tutti i giorni, rappresentando la luce nella sua quotidianità di spazio e tempo attraverso il loro sguardo e la loro sensibilità. Le città sono il grande scenario dei filmati con i loro fondali illuminati, le scenografie colorate attorno ai quali i giovani possono raccontare le loro storie, le loro piazze, i luoghi di ritrovo, di svago, di studio, di lavoro. Uno sguardo giovane sulla luce e la quotidianità nel contesto urbano.

Il concorso è stato organizzato grazie al contributo economico di **aziende leader** che operano nel campo dell'illuminazione (Carboni Group, Enel Sole, Gewiss, iGuzzini, Iren Servizi e Innovazione come *sponsor gold*, Clay Paky e Osram come *award supporter* e Performance in Lighting, Reverberi Enetec, Sforzin Illuminazione e

Umpi come *sponsor silver*) tutte consapevoli di quanto sia strategico realizzare strumenti capaci di creare e diffondere la cultura della luce partendo soprattutto dai giovani. “Per tre anni Cariboni Group - spiega **Dante Cariboni**, ceo del gruppo - è stata sponsor unico dei concorsi annuali di Aidi rivolti ai giovani laureati e laureandi aventi come obiettivo la progettazione di sistemi luminosi con sorgenti innovative, e lo scorso anno siamo stati main sponsor di *Riprenditi la città, riprendi la luce* che ha avuto un successo straordinario. Affiancare Aidi come gold sponsor in questa seconda edizione, è stata una scelta in linea con un percorso di sensibilizzazione, rivolto in particolare ai giovani, che il gruppo Cariboni ha intrapreso da tempo per diffondere e far conoscere la cultura della luce”.



“La luce artificiale non è solo il risultato di una tecnologia, ma un elemento in grado di migliorare sostanzialmente il modo in cui è possibile vivere gli spazi urbani - aggiunge **Barbara Serafini**, responsabile marketing di Enel Sole -. Per questo sosteniamo la seconda edizione del concorso. Come i giovani video-maker puntano i riflettori sulle proprie città, così Enel Sole con i suoi interventi di illuminazione pubblica, artistica e di design promuove in Italia e all'estero la cultura dell'illuminazione nella sua massima espressione”. Per **Aldo Bigatti**, direttore commerciale e marketing di Gewiss “la luce è consapevolezza di sé e di ciò che ci circonda. Per questo abbiamo trovato in questo straordinario concorso un'opportunità unica per contribuire a trasmettere i valori che l'illuminazione ha nella vita di ogni giorno. I giovani rappresentano un presente e sono il futuro di una cultura costruita sull'innovazione e sulla capacità di utilizzarla al meglio”.

“Questa iniziativa di Aidi - afferma **Adolfo Guzzini**, presidente di iGuzzini - si iscrive molto bene all'interno della volontà dell'azienda di mettere in evidenza il ruolo sociale dell' illuminazione. La luce esercita un'influenza elevata sul modo in cui le persone percepiscono la città ed indirettamente influenza la nostra vita. Social innovation through lighting è il messaggio che iGuzzini sta lanciando nella propria comunicazione e significa che la luce crea nuovi spazi e luoghi e sostiene una maniera diversa di comprendere le relazioni umane in paesaggi urbani, e non, illuminati con luce artificiale”.

“Iren ha deciso di essere partner del concorso proprio perché è rivolto alle nuove generazioni - spiega ancora **Riccardo Angelini**, ad di Iren Servizi e Innovazione - . E' un'ottima opportunità per sensibilizzare all'utilizzo consapevole delle risorse ed al risparmio energetico. Iren Servizi e Innovazione, la Società del Gruppo attiva nel campo dei servizi tecnologici integrati, ha infatti maturato una importante competenza nel campo dell'illuminazione pubblica, monumentale e nelle manifestazioni illuminotecniche, prestando sempre attenzione alla sperimentazione di soluzioni tecnologiche ad alta efficienza, come di recente l'utilizzo dei led”.

“Ringrazio sponsor e partner del concorso - conclude **Gianni Drisaldi**, presidente di Aidi - che ci hanno permesso di continuare di proseguire questa iniziativa che rientra fra i nostri obiettivi più importanti, fra i quali quello di contribuire in modo significativo alla diffusione della “cultura della luce”, per migliorare la qualità della nostra vita senza trascurare il tema del risparmio energetico oggi a tutti molto caro. Per questo con il concorso abbiamo voluto predisporre uno strumento di comunicazione immediato, capace di raggiungere i giovani in modo empatico, stando molto attenti anche al valore dei contenuti che saranno veicolati principalmente dalle Università e dai Centri di formazione che hanno accettato con entusiasmo di collaborare al progetto e di promuoverlo nelle loro sedi”. Proprio per l'importanza del messaggio, il concorso ha avuto il **patrocinio e l'appoggio** di istituzioni come il ministero dello Sviluppo Economico, l'Enea, il Consiglio nazionale dell'ordine degli architetti, il Museo del Cinema di Torino, Assil, i comuni di Milano e Torino, il Politecnico di Milano, il Politecnico di Torino, la Sif (Società italiana di Fisica), il Royal College of Art di Londra e l'Apdi (associazione spagnola d'illuminazione).