

Grandi novità in vista per il gruppo che fa capo a Zaffagnini, che si conferma sempre più una realtà pilota sul piano dell'innovazione

“Rockin’1000” entra in Cesena Lab

Per l'evento del 24 luglio si sono intanto allacciate collaborazioni con 9 startup



Lo staff di “Rockin’1000” e Zaffagnini durante la presentazione del grande evento del 24 luglio

di GIORGIA CANALI

CESENA. Già il raggiungimento degli obiettivi del crowdfunding aveva chiarito che “That’s live” «si può fare». La conferenza stampa di lunedì a Milano ha reso la nuova impresa della squadra “Rockin’1000”, se possibile, ancora più concreta.

La fase che ha preso avvio con il successo della raccolta fondi è quella più operativa. Gran parte del successo dell'evento del 24 luglio dipenderà dal lavoro di questi giorni. Per riuscire nell'impresa “Rockin’1000” è andata alla ricerca di talenti anche nel mondo delle start up.

La ricerca di nuovi talenti si è aperta il 9 maggio e si è chiusa il 10 giugno, e aveva duplice obiettivo: scovare startup con soluzioni in grado di migliorare la performance dell'iniziativa da un lato e dall'altro valorizzare il talento e il coraggio italiano. Sono arrivate 43 candidature, tra cui sono state scelte 9 startup. Fondamentale il supporto nella fase di scelta di Cesena Lab, l'incubatore cesenate che ha visto nascere anche Trail Me Up, la prima start up con cui Fabio Zaffagnini, l'ideatore dell'impresa “Rockin’1000”, è salito agli onori delle cronache.

Oggi “Rockin’1000” non è più “solo” un evento, ma è diventato a tutti gli effetti una start up e presto entrerà a parte della squadra di Cesena Lab, consolidando così un rapporto di collaborazione avviato da mesi. Se il futuro della startup “Rockin’1000” è tutto tranne che prevedibile, quella che appare certa è l'intenzione di fare del rapporto con altre startup un metodo nella costruzione degli eventi.

«Spesso uno dei problemi che riscontrano le start up - spiegano gli organizzatori - è quello di riuscire ad arrivare a commissioni serie e a trasformare contatti e promesse di visibilità in lavori veri e propri. Con questa call abbiamo cercato, laddove ce



ne erano le condizioni, di avviare veri e propri rapporti di lavoro. Con tutte le 9 startup selezionate ci sarà uno scambio di visibilità, ma in un paio di casi abbiamo trovato dei veri e propri fornitori».

È il caso della cesenate “Tippest”, il portale di social shopping dedicato a ristorazione, benessere ed eventi in aree geografiche non metropolitane ad alto tasso turistico, che contribuirà alla realizzazione dell'evento aiutando il team degli organizzatori a trovare soluzioni di pernottamento più convenienti per i musicisti e spettatori che arriveranno da fuori. È a tutti gli effetti un rapporto di collaborazione anche quello con “Marketcloud” che ha contribuito a semplificare non poco la vita degli organizzatori nella gestione dell'e-commerce del sito proponendo soluzioni di altissima qualità a prezzi vantaggiosi. Tra i vincitori della call c'è anche “Digivents”, che ha contribuito alla realizzazione della app per la gestione ed il coordinamento dei musicisti, Yalp.io, una app di trascrizione automatica di accordi musicali da un mp3 che tornerà certamente utile ai musicisti e ai guru. “Music Chains” è un nuovo social network dedicato ai musicisti, mentre “That's Music” è un servizio gratuito pensato per promuovere gli eventi live direttamente su smartphone e tablet. “GogoBus” è un servizio di bus sharing, una sorta di Blabla Car per pullmini molto apprezzato dal pubblico dei concerti. “Shapeme” è una piattaforma di benessere on demand, in pratica fanno massaggi su richiesta, a loro sarà affidato il prezioso compito di coccolare i musicisti. “Amusicalplace” è invece un marketplace per la condivisione di strumenti e collaborazioni musicali tra musicisti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA