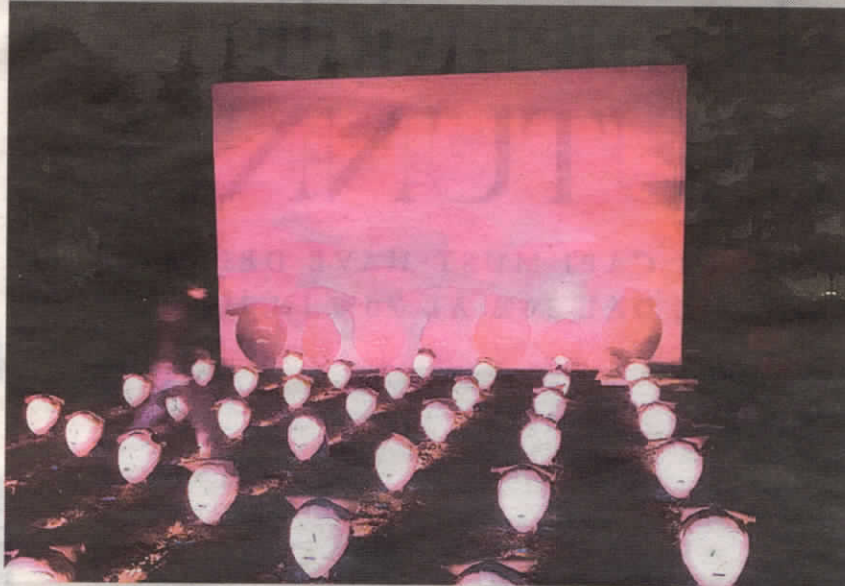


Il festival Registrato il brand



CidneOn, extra large e con salta coda

Durerà un'intera settimana l'edizione 2018 di CidneOn, il festival delle luci in Castello. Il marchio è stato registrato, onde evitare copie dell'evento che, per l'anno prossimo, fornirà anche un biglietto salta coda (prezzo da stabilire).

a pagina **5**

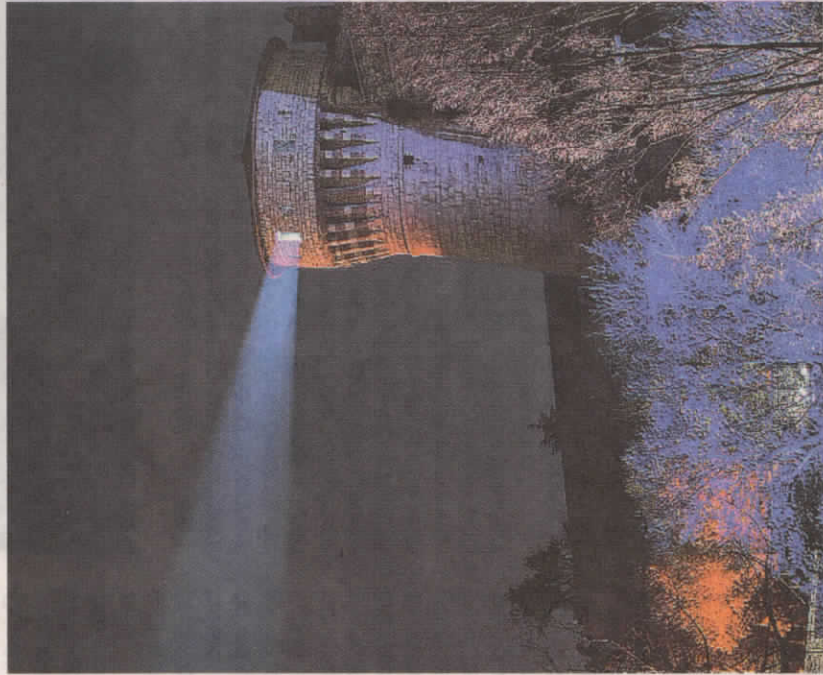
di **Alessandra Troncana**Corriere della Sera **Sabato 14 Ottobre 2017**

Nasce il brand di CidneOn Luci in castello per un'intera settimana

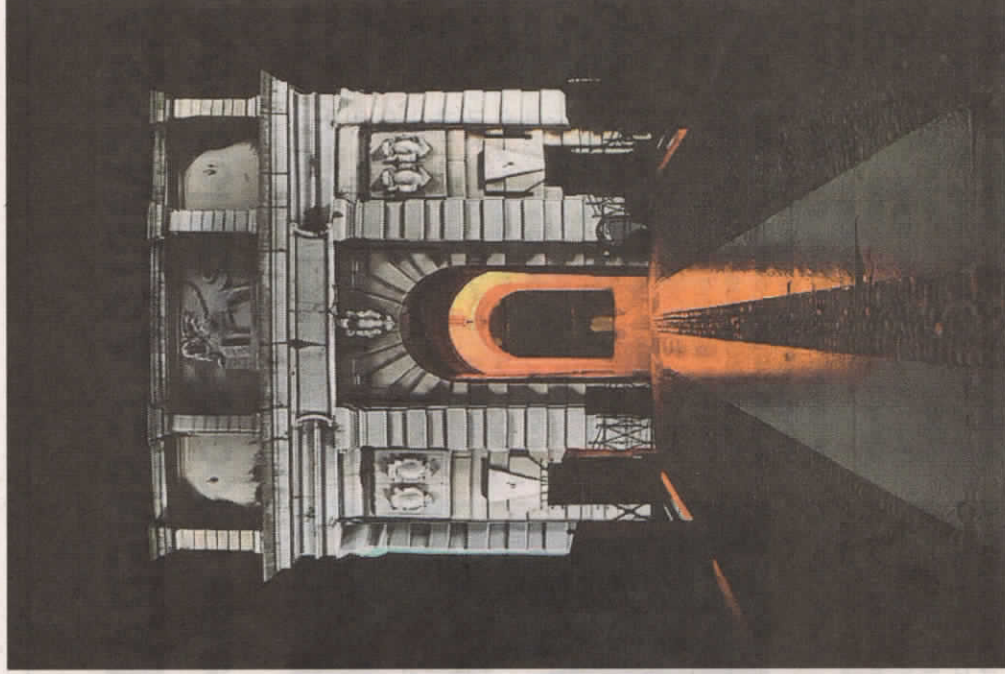
Millumino d'immenso, ma a pagamento. Agli Amici del Cidneo si è accesa la lampadina: CidneOn, il festival delle luci in Castello, è stato registrato. Sarà unico e irripetibile: un brand che i copioni non potranno imitare. «Un po' come l'Acì ha fatto con la Mille Miglia» fa sapere Giovanni Brondi, presidente dell'associazione.

CidneOff: la rassegna ha spento l'interruttore il 15 febbraio, dopo aver sbriciolato ogni record (150 mila visitatori e migliaia di post virali sui social), ma tornerà ad invadere il Castello con un arsenale di cavi, lampadine e installazioni scenografiche nel 2018.

In formato extralarge: visto il successo abbagliante della prima edizione, s'è deciso di prolungare il festival e tenere acceso lo spettacolo per una intera settimana. La gestione dell'evento, però, è stata affidata a Up!: società dal luminosissimo curriculum nel campo degli spettacoli, è stata fondata da Tiziano Bonometti.



Emozioni CidneOn è stato visitato da 150 mila persone



Costi Ancora da stabilire il prezzo per il biglietto salta coda

«Abbiamo scelto lui perché, da bresciano, ha preso a cuore CidneOn, come fosse suo» dice Brondi. «Per noi, la parte organizzativa del festival è stata un grandissimo sforzo: abbiamo preferito sgravarci». Hanno deciso di affidare oneri e doveri ad Up! «certi di mantenere un livello qualitativo altissimo: non diventerà mai una fiera di paese». Piglia piglia all'ingresso, code lunghe ore, transenne per ammaestrare la voglia umana e sgambetti: a febbraio, il Castello è stato pre-

so d'assalto da 150 mila persone. «Da quando abbiamo portato il festival in Castello, anche grazie all'illuminazione di A2A, qualcosa è cambiato: il normale flusso di visitatori è cresciuto di almeno tre volte. Anche ora, nei giorni feriali» dice Brondi.

Hanno riaperto l'interesse per la fortezza, e la scena si ripeterà a inizio 2018, appena torneranno a schiacciare il tasto on per accendere opere e installazioni luminose: per evitare scocciate a chi arriva

da altre città o in comitiva, però, pare si sia pensato di introdurre la prenotazione a pagamento. Con un biglietto (il prezzo sarà comunicato successivamente, con i dettagli della nuova edizione), si avrà diritto a saltare la coda, in modo da immergersi senza troppe attese e scocciate nelle scenografie abbaglianti di CidneOn.

Sul festival, intanto, continuano ad essere accesi i riflettori: l'altro giorno, ha ricevuto l'award Ecobitech 2017, un prestigiosissimo riconoscimento assegnato ogni anno alle smart city e ai comuni virtuosi che hanno raggiunto significativi risultati in tema di eco-compatibilità e risparmio energetico attraverso l'uso di tecnologie innovative (il premio è stato condiviso con la Loggia, che ha sostenuto CidneOn).

Il festival è stato anche presentato a «Illumino Tronica», l'unica fiera italiana dedicata alla filiera di luce, domotica e sicurezza organizzata a Padova.

Il direttore artistico Fabio Larovere ha tenuto un intervento dal titolo «CidneOn — Festival internazionale delle luci di Brescia. Un nuovo modello di progetto culturale tra arte e tecnologia»: in sintesi, ha riepilogato i tratti salienti, i ricordi e i record di una rassegna ormai diventata inimitabile (marchio registrato) e destinata a replicare il successo della prima edizione. O, se possibile, e non sembra un'utopia, a renderlo ancora più grande e luminoso tra qualche mese, a febbraio del 2018.