

STARTUP

Il futuro? Passare il mondo ai raggi X

Xnext è la startup Innovator dell'anno e si aggiudica il premio del colosso Wpp

Martina Pennisi



Xnext è la startup Innovator dell'anno. Ad annunciarlo, ieri sera a Milano, il colosso della comunicazione Wpp, la no profit Amici della Triennale e La Triennale stessa. La giovane impresa ha raccolto le preferenze del pubblico imponendosi su altre cinque finaliste, selezionate dallo scorso settembre in un gruppo di 115 candidate, per la sua capacità di applicare la

tecnologia agli ambiti più tradizionali con il sensore XSpectra. La soluzione a raggi X è in grado di identificare in tempo reale le caratteristiche chimico-fisiche dei materiali, cibo compreso, settore in cui Xnext si sta concentrando con particolare convinzione, e di individuare corpi estranei e contaminanti. Fondata nel 2014, la startup si aggiudica un anno di consulenza di Wpp. Le altre finaliste esporranno il loro progetto nella Quadreria della Triennale fino al 2 febbraio. Ci saranno Tutored, una sorta di LinkedIn per studenti universitari, e Playwood, piattaforma per assemblare arredi temporanei. Direttoo si rivolge invece ai ristoratori per dialogare con i fornitori. Lanieri agli uomini che acquistano abiti su misura online e LastMinuteSottoCasa prova a limitare gli sprechi di alimenti. A margine dell'evento meneghino, il country manager italiano di Wpp, Massimo Costa (nella foto in alto con Bruno Garavelli, Ceo di Xnext), ha battezzato l'anno appena iniziato come «non facile, sia a livello internazionale sia in Italia, che è in una fase di cambiamento e presa di coscienza». Nei nostri confini il gruppo il guidato globalmente da Mark Read, vivrà «un anno zero con il trasferimento nel Campus milanese (nella zona dell'ex Richard Ginori, ndr) da 30 mila metri quadri. È l'espressione culturale della nostra volontà di essere partecipi della vita della città e di avere un impatto sociale sul territorio». Impatto sociale, secondo Costa, «sarà anche la parola d'ordine dei prossimi due o tre anni per il digitale. Bisognerà ragionare in termini di valore economico e sociale». Per capire come e se nel 2019 cambierà il ruolo degli over-the-top, sottolinea il manager, «dovremo vedere se i Millennial sapranno ripristinare la cultura, o se si confermerà orizzontale e priva di profondità. E se l'Europa vorrà tassare le aziende o lasciare che Stati Uniti e Cina facciano ciò che vogliono».

Martina Pennisi
17 gennaio 2019 | 18:32
© RIPRODUZIONE RISERVATA