



***“Credo che il mondo si evolva solo quando i coraggiosi affrontano il rischio”***  
**Nicoletta Iacobacci per To Be Verona**

Verona, Ottobre 2015 - Un parterre d'eccellenza quello messo insieme dall'organizzazione di To Be Verona (progetto nato in Ass.Im. P. con la guida di Elisabetta de Strobel di Terzomillennium, dello Studio Poletto e Joint Project dell'Università di Verona) per il primo Forum Internazionale legato al progetto non solo turistico, ma soprattutto di business e di marketing territoriale. Un susseguirsi di interventi dal respiro internazionale che hanno catturato l'attenzione dei presenti affrontando i temi più accesi sulla brandizzazione della città.

Tra i protagonisti intervenuti anche **Nicoletta Iacobacci**, ambasciatrice per la Svizzera della Singularity University, curatrice di TEDxTransmedia e Future media strategist. Innovatrice ed esperta di media digitali ha realizzato il primo sito RAI nel 1993 e gestito laboratori R&D digitale, sia negli Stati Uniti che in Italia, insegnando nel frattempo storytelling e produzione interattiva.

È anche impegnata, in qualità di dottore di ricerca, presso l'European Graduate Studies Institute e lavora per creare azioni concrete atte a creare il servizio pubblico del futuro, che sia orientato alla responsabilità sociale.

*Nicoletta Iacobacci è stata responsabile della strategia dei media alla European Broadcasting Union (l'organizzazione di ottanta emittenti di servizio pubblico in tutto il mondo), responsabile del Medialab EBU e supporto delle attività più interessanti ed innovative promosse dai broadcaster di servizio pubblico europei.*

Con Nicoletta Iacobacci si è discusso di comunicazione transmediale nell'era delle tecnologie esponenziali. Ha sottolineato la speaker *“Verona ha già un brand ed è conosciuta in tutto il mondo perché utilizza tutti i ‘sensi’. Oggi, sappiamo che un marketing che va da solo ha due sensi, cioè udito e vista, ed è limitato. Bisogna in qualche modo utilizzare molto più di due sensi. Verona ha quest’opportunità, perché ha i gusti, ha i profumi ha i materiali”.*

Ha poi aggiunto *“bisogna basare e pensare ad un brand che sia multisensoriale ed oggi la tecnologia permette questo tipo di comunicazione. La tecnologia della realtà virtuale aumentata con un approccio multisensoriale è possibile e può essere molto importante”.*

Conclude così Nicoletta *“Verona deve cogliere questi progetti per inventare un brand che sia proiettato nel futuro e che utilizzi più di un senso anche e soprattutto grazie alla tecnologia odierna che sta cambiando totalmente e in breve tempo il rapporto uomo-lavoro”.*

