



**ASSIMP.** Al via l'idea dell'associazione di imprenditori e professionisti

## «To be Verona», l'ateneo entra nel progetto del brand

Dall'Università, che ha versato il 50% dei costi previsti, è partita la prima fase con un questionario

Francesca Lorandi

La competizione globale sta spostando sulle singole città, che devono diventare attrattive per gli investimenti e per diversi tipi di target, da quello universitario al business, dal turismo dell'arte e cultura a quello religioso. È la città che decide su quali aspetti puntare, definendo un proprio posizionamento per cui essere riconosciuta a livello internazionale.

E Verona? «Se uno straniero pensa all'Italia, difficilmente ha in mente questa città. Noi vogliamo invece che entri nella testa dei turisti e dei businessman di tutto il mondo», spiega Elisabetta de Strobel, art director di «To



La presentazione del progetto «To Be Verona» a Palazzo Barbieri

Be Verona», il progetto di marketing territoriale e di brandizzazione della città di Verona, ideato tre anni fa da Assimp, associazione di imprenditori e professionisti veronesi. Da allora diversi soggetti si sono raccolti intorno all'iniziativa, patrocinata dal Comune di Verona, da Provincia e Confcommercio, sostenuta da Agsm, Cattolica Assicurazione, Banca Popolare di Verona, Camera di Commercio e curata da Terzomilennium Communication

Lab e dall'Università, che ha abbracciato questo progetto facendolo diventare un joint project dell'ateneo, e versando il 50% dei costi previsti. Dall'Università è partita la prima fase: «Abbiamo preparato un questionario in sette lingue, per capire le impressioni che gli stranieri hanno di Verona, cosa vogliono vedere», spiega Roberta Capitello, docente di Economia, «per conoscere quali aspetti valorizzare e come modificare il nostro turismo. Nascerà

poi un Osservatorio: il marketing si deve adattare alla domanda».

Questa attività dovrà coinvolgere tutte le istituzioni veronesi: «Ce lo chiede la legge regionale sul turismo, che affida alle province la promozione del territorio», aggiunge il sindaco di Verona Flavio Tosi. Ma «To Be Verona» non punta solo al turismo: «Vogliamo avviare un processo che permetta alla città di diventare attrattiva anche dal punto di vista economico, creando ad esempio una cittadella dell'innovazione, sul modello di quel Polo scientifico che non è più stato realizzato», auspica Mauro Galbusera, presidente di Assimp Verona. «La situazione attuale è disarticolata», aggiunge, «ma per raggiungere questi obiettivi è necessario far sedere allo stesso tavolo realtà del territorio. Tutti beneficeranno delle opportunità di business e di innovazione generate». Si inizia con un primo evento internazionale, in programma il 24 ottobre: alla Gran Guardia verrà raccontata la percezione di Verona nel mondo e saranno organizzati eventi collaterali. Sarà il punto di partenza. ●

