

Happy Museum

Obiettivi: valorizzare e promuovere il grande patrimonio culturale della Regione Marche custodito nei suoi 400 musei. Far incontrare generazioni e culture diverse, con l'obiettivo di conoscere i preziosi tesori del territorio e condividere nuove esperienze con modalità divertenti e innovative.

Idea creativa e descrizione: Happy Museum è un grande contenitore culturale che trasferisce il piacere di condividere esperienze per avvicinare i musei marchigiani ai più diversi pubblici. Come? Attraverso un logo solare, positivo e friendly e un approccio di comunicazione integrata e multi soggetto sui diversi target: cittadini, studenti e turisti. La comunicazione teaser è stata pensata per differenti media: più descrittiva per gli annunci stampa, d'impatto per le affissioni, spiritosa e divertente per il web. E per tutti un portale completo e sempre aggiornato sui musei aderenti e gli eventi in calendario. Oltre a una pagina ufficiale su Facebook e Twitter con videointerviste post-evento realizzate da uno staff di inviati speciali. E in più un'App gratuita per Apple e Android che



coinvolge l'utente in un vero e proprio viaggio virtuale, con la guida ai musei e agli eventi e un'innovativa caccia al tesoro all'interno dei musei con realtà aumentata.

Produzione Audio/Video/Luci: l'iniziativa si è sviluppata sul territorio creando un fil rouge itinerante e sempre riconoscibile in tutta la Regione Marche.

Allestimenti/Scenografie: standardi sulle facciate dei musei aderenti, totem e roll-up per allestire gli ingressi museali, oltre a locandine, leaflet e materiale promozionale per far vivere sul territorio l'iniziativa e garantirne il riconoscimento.

Media Mix: atl: affissioni su località superiori ai 10.000 abitanti, quotidiani, periodici, web e radio; btl: ufficio stampa 2.0 sui media regionali e nazionali e social network (Facebook e Twitter).

Risultati: in meno di 3 mesi oltre 124.000 visitatori e tanti articoli pubblicati sulle principali testate regionali e nazionali, tra le quali: Il Giornale, La Repubblica, Il Corriere della Sera, Il Resto del Carlino, Panorama Travel, Anna, Oggi, Famiglia Cristiana e tanti altri.



[SCHEDA]

Organizzatore: XComm

Cliente: Regione Marche

Data: da maggio 2012

Target: cittadini, studenti, turisti

Location: musei e territorio della Regione Marche

Budget: da 100.000 a 200.000