

solid case study

il divertimento unisce le forze.

cliente

magic world

tag

advertising, branding, guerrilla, print, seo, signage, web.

solid case study

analisi.

L'acquapark nasceva nel 1990 col nome di Acquafly. Negli anni successivi veniva realizzato anche il parco divertimenti, ma i due elementi erano totalmente indipendenti. La decisione di unire l'acquapark ed il parco divertimenti in un'unica struttura, la più grande del sud Italia, in grado di soddisfare un target trasversale, imponeva una rielaborazione organizzativa e comunicativa radicale. L'acquapark aveva come marchio una rivisitazione, che variava di volta in volta, di una lampada di Aladino.

intervento.

Solid ha rinnovato le identità creando un marchio nuovo, declinato per le due attività, e realizzando un coordinamento effettivo fra i brand, entrambi fondati sui concetti di divertimento, dinamismo e magia. La grafica è comune ma distinta in base a colori diversi ed a piccoli dettagli riconducibili alla diversità delle due attività: il ciano è il colore comune, mentre il ciano ed il magenta contraddistinguono rispettivamente l'acquapark ed il parco divertimenti.

Per facilitare la riconoscibilità del marchio la "m" di Magic e la "w" di World sono state realizzate con lo stesso simbolo grafico rovesciato, ottenendo così un ambigramma. Come font per il nome e gli head è stata utilizzata la quattro, mentre la font di sistema è la Titilium.

Oltre a lavorare sull'immagine, è stata effettuata anche una rivoluzione organizzativa all'interno di Magic World (link al sito): un nuovo sistema di segnaletica, una mappatura ed un'iconografia semplice ed intuitiva per ogni attrazione ora permettono ai visitatori di muoversi con facilità all'interno del parco. Inoltre è stato realizzato il sito internet, al quale è stato dedicato un case study (link) specifico, ed una pagina Facebook, strumenti risultati fondamentali per la crescita del business.

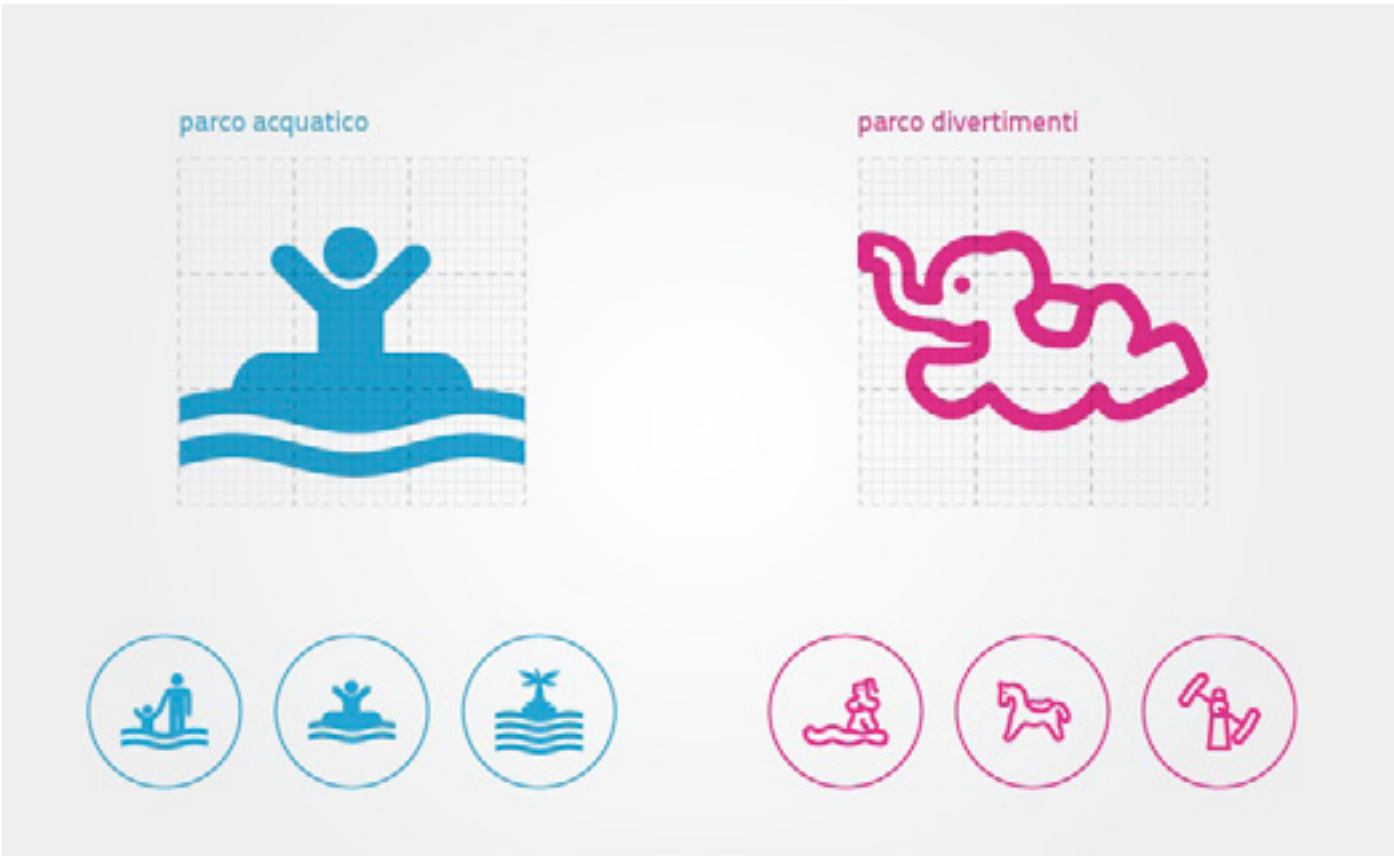
risultati.

- 32.000 fan Facebook nei primi tre mesi;
- Oltre 2.000 visite al giorno sul sito internet;
- 590.000 pagine visitate;
- Redemption dei coupon promozionali del 60%;
- Aumento del 40% delle richieste di sponsorizzazione
- Aumento della percezione della qualità del brand

solid case study



solid case study



solid case study



solid case study

grazie.

contatti

via fornaci, 15
81020 caserta (ce) - italia
t +39 0823 49 34 21
f +39 0823 16 02 013