

## Genova. Costa Edutainment: è online “acquariovillage.it”

di **Redazione**

17 Novembre 2011 - 10:17



**Genova.** Edutainment, termine strano, difficile forse da capire, frutto della crisi tra education ed entertainment, conoscenza e divertimento. Il tutto unito ad un nome, Costa, che richiama alla mente una delle più importanti esperienze imprenditoriali di Genova e dell'Italia tutta.

Per Costa Edutainment si intende l'insieme di cultura e svago dell'acquario di Genova, del Bigo, del Galata Museo del Mare e ancora della Città dei bambini e dei ragazzi e della Biosfera. Una “cittadella” che ha superato un milione e 700 mila visitatori all'anno, con un fatturato per il 2010 di 26,4 milioni di euro e che si espansa anche oltre la Liguria con strutture simili a Livorno, Cattolica e Cala Gonone.

Le visite all'Acquario e alle altre strutture a partire dal 2007 si sono trasformate in percorsi integrati e tematizzati. Nel 2009 questo sistema ha trovato un'ulteriore evoluzione in AcquarioVillage, un mondo che comprende esperienze uniche e coinvolgenti adatte a ogni tipologia di visitatore con tematiche che vanno dalla cultura all'ambiente, dalla scienza alla natura, dalla tecnologia alla storia.

E poi il MuMa, dove in questi giorni è decollata la mostra permanente dell'emigrazione italiana via mare e dell'immigrazione straniera e dove sono conservati importanti reperti della storia dell'emigrazione e dove la visita al sommergibile 'Nazario Sauro' ha avuto un grande successo di pubblico. Da ultimi il Bigo, ascensore panoramico con un occhio sul

---

mare e l'altro sul centro storico, e la Biosfera, la palla di vetro di Renzo Piano, dal diametro di 20 metri e del peso di 60 tonnellate, paradiso delle felci e degli uccelli tropicali.

Oggi l'ultima novità: un nuovo social hub dal nome di "Acquariovillage.it", spazio virtuale che si avvale di facebook, twitter e blog dove i visitatori o i semplici curiosi possono comunicare ed esprimere pensieri, suggerimenti, apprendere informazioni e curiosità sulla vita e sulle iniziative della struttura.

"Il nostro mondo è così ricco e complesso - spiega Anna Zanuttini, direttore marketing e comunicazione di Costa Edutainment- che non poteva prescindere da uno strumento privilegiato di comunicazione con il pubblico quale è il canale social. Da sempre attenti a mantenere un costante dialogo con i visitatori, il nuovo canale rappresenta un'occasione in più in questo senso, dando al pubblico l'opportunità di prepararsi all'esperienza di visita alle nostre strutture a Genova e in Italia e di rimanere in contatto con noi dopo".