**Il Museo Lavazza realizza la prima audioguida museale da Instagram**

Importante novità digitale che permette di vivere - anche a distanza - un’emozionante visita sensoriale di uno tra i più bei Musei d’Impresa italiani.

Torino, 10 dicembre 2020 - Il [Museo Lavazza](about:blank), situato all’interno del complesso di **Nuvola Lavazza a Torino,** arricchisce la sua offerta culturale con nuovi servizi che ne permettono la visita anche a distanza ed esaltano la fruizione multimediale dell’esposizione. L’esigenza di digitalizzare i percorsi espositivi nasce dalla concreta richiesta di un pubblico di appassionati sempre più ampio di poter vivere esperienze culturali anche in periodi di chiusura di musei e mostre.

In linea con l’approccio innovativo che contraddistingue il Museo Lavazza fin dalla sua apertura nel 2018, la ricca coffee experience offerta al visitatore che entra nello spazio museale torinese è ora proposta virtualmente anche a chi da remoto intende immergersi nelle meraviglie del mondo del caffè. La voce di **Federico Russo**, **noto speaker radio-televisivo,** guida il visitatore nel percorso espositivo grazie alla **prima audioguida museale per Instagram stories attraverso la pagina IG @lavazzamuseo.**

“*Lo scorso aprile Lavazza ha raccolto l’invito del MiBACT e dell’associazione Museimpresa aprendo virtualmente i contenuti esclusivi dell’Archivio Storico; ora, con questo progetto di audioguide ascoltabili da Instagram, rafforza la sua posizione di museo innovativo e all’avanguardia”* – dichiara Marco Amato, Direttore del Museo Lavazza – *“La scelta di una voce accattivante e riconoscibile, come quella di Federico Russo noto speaker radiofonico per accompagnare la visita, favorisce la scoperta dei diversi spazi del museo anche da parte dei più giovani”.*

**Funzionamento dell’audioguida**

L’utente che intende fruire dell’ascolto dell’audioguida del Museo Lavazza è invitato a seguire il profilo **@lavazzamuseo di Instagram**: cliccando sulle stories in highlights sul feed è guidato dalla voce narrante di Federico Russo in una visita attraverso le cinque gallerie in cui è suddiviso il Museo. Ogni storia ha un’icona diversa, che rappresenta l’audioguida di una specifica galleria. Le audioguide sono fruibili con ogni tipo di device: smartphone, pc e tablet, per offrire la massima versatilità e facilità d’utilizzo.

**I contenuti dell’Audioguida**

La voce narrante invita il visitatore a entrare nelle in **cinque aree** del percorso: in **“Casa Lavazza”**, si riassumono gli oltre 120 anni di storia dell’azienda, nella “**Fabbrica”** si racconta la filiera del caffè, la **Piazza** ne celebra il rito, nell’**Atelier** si illustrano le collaborazioni creative di Lavazza e infine nell’**Universo** si vive lo spazio immersivo in cui trovare il proprio posto nell’esperienza Lavazza.

**Le immagini**

Oltre all’ascolto della voce narrante, gli utenti potranno visualizzare, attraverso una selezione delle migliori immagini presenti nel feed del profilo Instagram, le cinque gallerie con i loro elementi più significativi, in attesa di tornare a visitarle dal vivo.

*Per informazioni:*

**UFFICIO STAMPA MUSEO LAVAZZA**

*Paola Varallo – 347 0883394 –* [*comunicazione.nuvola@lavazza.com*](about:blank)

**UFFICIO STAMPA LAVAZZA**

*Alessandra Rucco – 345 3654323 –* [*alessandra.rucco@lavazza.com*](about:blank)

**BURSON COHN & WOLFE**

*Roberta Recchia – 346 7025060* *–* [*roberta.recchia@bcw-global.com*](about:blank)

**Il Gruppo Lavazza**

Lavazza, fondata a Torino nel 1895, è un'azienda italiana produttrice di caffè di proprietà dell’omonima famiglia da quattro generazioni. Fra i principali torrefattori mondiali, il Gruppo è oggi presente in oltre 140 Paesi attraverso consociate e distributori, con il 70% dei ricavi realizzato all’estero e impiegando complessivamente oltre 4 mila persone. Fanno parte del Gruppo Lavazza le aziende francesi Carte Noire ed ESP (acquisite rispettivamente nel 2016 e nel 2017), la danese Merrild (2015), la canadese Kicking Horse Coffee (2017), l’italiana Nims (2017) e il business dell’australiana Blue Pod Coffee Co. (2018). Alla fine del 2018, a seguito di acquisizione, è stata creata la Business Unit Lavazza Professional, che comprende i sistemi Flavia e Klix, attivi nel settore dell’Office Coffee Service (OCS) e del Vending.

Il Gruppo Lavazza è presente in tutti i business: a casa, fuori casa e in ufficio, puntando sempre alla costante innovazione. Il brand Lavazza è conosciuto in tutto il mondo, anche grazie a importanti partnership perfettamente coerenti con la strategia di internazionalizzazione della marca, come quelle, nel mondo dello sport, con i tornei tennistici del Grande Slam e, nel campo dell’arte e della cultura, con prestigiosi Musei tra i quali il Guggenheim di New York e l’Ermitage di San Pietroburgo.