

MUSEI DIGITALI

Informazioni generali sulla diffusione dell'arte esperienziale

L'arte esperienziale – immersive museums - si riferisce a installazioni o mostre che mirano a offrire un'esperienza coinvolgente per il pubblico facendo affidamento su una gamma di nuovi media, come proiezioni, video, tecnologie VR o AR.

Tra giugno 2018 e maggio 2019, sono stati aperti due spazi artistici immersivi a Tokyo, teamLab Borderless e teamLab Planets, che hanno registrato una partecipazione complessiva di circa 3,55 milioni. In quel periodo, le due sedi che ospitano le opere digitali create dal collettivo artistico giapponese teamLab hanno registrato rispettivamente circa 69 milioni e 37,5 milioni di dollari USA di vendite lorde.

Altre gallerie di teamLab sono in lavorazione: una mostra permanente nei Paesi Bassi è l'ultima ad essere stata annunciata. Ma il lavoro di teamLab appare anche in altre gallerie immersive.

Superblue, un nuovo "centro d'arte esperienziale" a Miami, mostra ora il lavoro di teamLab. La Florida ospita anche un'altra attrazione simile, Artechouse, che gestisce altri satelliti a New York e Washington, DC. Il quarto piano dell'Indianapolis Museum of Art di Newfields è stato recentemente trasformato in una galleria d'arte digitale immersiva chiamata The Lume Indianapolis.

Canada

Nel 2021, uno spazio per eventi chiamato OASIS Immersion è stato lanciato al piano terra del Montreal Convention Center nel centro della città. Quella sede, che dovrebbe anche essere un'attrazione turistica permanente, vanta più di 21.500 piedi quadrati per le proiezioni, un'area suddivisa in diverse stanze, comprese tre gallerie espositive principali.

OASIS Immersion crea la propria programmazione originale prodotta da un team

dedicato. I visitatori camminano sui campi di lava e sul fondo dell'oceano. Vengono lanciati nello spazio con l'astronauta canadese David Saint-Jacques e possono assistere ad un concerto a 360 gradi della pianista di Montreal Alexandra Stréliski.

OASIS è stato sviluppato da Denys Lavigne e Nicolas Lassonde, in collaborazione con Groupe Écorécro. È diventato una realtà grazie al supporto di un gruppo di investitori locali: il Palais des congrès de Montréal, Ministero del Turismo del Quebec, Investissement Quebec e Tourisme Montreal.

Prima di lanciare OASIS, Lavigne è stato il fondatore di Arsenal, un'agenzia specializzata in installazioni di marchi multimediali immersivi. E nel corso di oltre un decennio alla guida di quell'azienda, dice di aver visto la tecnologia evolversi significativamente.

Tre anni fa, ha presentato il concept OASIS al Montreal Convention Centre, e già allora le gallerie di immersione digitale erano in aumento in altri paesi.

Questa tendenza ci viene anche confermata dal Report 2020 dell'Istat, che rileva come il 73% dei musei abbia già promosso attività di fruizione online nel 2020.

OASIS non rappresenta infatti un episodio isolato. Il Canada sta ospitando un numero sempre crescente di mostre immersive:



• Nella primavera del 2021, tre spettacoli di Van Gogh separati erano in funzione in Canada e un anno dopo cinque produzioni di van Gogh sono attualmente in corso in Canada e prima della fine del 2022 avranno raggiunto almeno 10 città da costa a costa. Toronto, Edmonton, Vancouver e Calgary hanno tutte una qualche versione di uno spettacolo di Van Gogh in offerta.

- Allo stesso modo, mostre immersive di Picasso si trovano a Quebec City;
- i dipinti di Monet, già molto coinvolgenti nella loro forma IRL, saranno reinterpretati per le mostre che arriveranno entro la fine dell'anno a Toronto e Montreal.
- Tsawwassen, a.C. ospita The Da Vinci Experience fino a marzo 2022.
- Si può persino trovare una versione redux

di una galleria di immersione in un centro commerciale pedonale a Edmonton.

- Una galleria commerciale ha trasformato la sua vetrina in un'attrazione di dimensioni economiche presso il City Center Mall (i visitatori possono osservare le proiezioni animate dei dipinti e delle stampe psichedeliche disponibili per la vendita).

I dati mostrano che i visitatori tra i 25 e i 54 anni costituiscono il 57% degli utenti principali dei musei in Canada. Considerando che essi rappresentano anche la fascia d'età attualmente più attiva sui social e pertanto più esposta alle innovazioni tecnologiche, è facile pensare che le esperienze immersive saranno apprezzate sempre di più col passare del tempo.

Table 7: Distribution of visitors to museums by age

Age group	Proportion
15-24	8%
25-34	15%
35-54	42%
55-64	20%
65 and over	16%

Per informazioni scrivete a deskcanada@unioncamerelazio.it



ICCO CANADA

L'obiettivo principale di ICCO Canada è di sviluppare e creare connessioni e relazioni business tra i suoi partner commerciali italiani e le aziende ed investitori locali. In aggiunta, ICCO Canada si prefigge di promuovere i valori della cultura italiana in contesti sia professionali che sociali.