



## **International Game Camp 2017 VIDEOGAMES MEET HERITAGE**

**13 – 15 ottobre 2017**

**IED – Istituto Europeo di Design, Milano  
George Brown College, Toronto**

Milano, 9 ottobre 2017 – Tra pochi giorni si apre **International Game Camp** (<http://www.internationalgamecamp.com/>) che si terrà dal **13 al 15 ottobre 2017** contemporaneamente nelle sedi di **IED – Istituto Europeo di Design** di Milano e di **George Brown College Toronto**.

Progettato e prodotto da **Streamcolors**, studio d'arte digitale e sviluppo software realtime per i musei, **Bookrepublic**, agenzia di comunicazione e produttore di eventi culturali e **iC-Innovazione Culturale di Fondazione Cariplo**, il bando che ogni anno sostiene idee innovative nel campo della cultura, la due giorni è realizzata in collaborazione con oltre 40 musei nazionali, **George Brown College Toronto**, **IED – Istituto Europeo di Design** di Milano, **Politecnico di Milano**, **IVIPRO** (Italian Videogame Program) e con il patrocinio di **AESVI**. Nell'arco di 48 ore, **game developers internazionali** ed **esperti del settore culturale** saranno messi a stretto contatto professionale su progetti di sviluppo comune, in una maratona che si terrà contemporaneamente a **Milano e Toronto**.

L'obiettivo è la creazione di **nuovi format interattivi** (videogames e/o interaction design) in grado di innovare ed espandere le frontiere dell'audience development e dell'audience engagement nell'ambito della valorizzazione dei beni culturali.

In un confronto prezioso, l'industry dei videogiochi incontra il mondo delle istituzioni culturali per identificare nuove pratiche, percorsi di formazione e di sperimentazione per la creazione di una conoscenza condivisa che possa dare il via a nuovi format e nuove espressioni.

L'**International Game Camp** è un **evento di alta formazione** che permette l'incontro e la collaborazione priva di stereotipi tra i due mondi, finora divergenti, dei beni culturali e dei videogiochi, con l'obiettivo di creare e ideare nuovi scenari comuni.

### **• KEY NOTE SPEAKERS E OSPITI INTERNAZIONALI:**

- **Linda Volkens:** responsabile marketing del RijksMuseum di Amsterdam, si occupa del settore internazionale e digitale. Il Museo ha digitalizzato la propria collezione e ha ricevuto numerosi riconoscimenti per le sue attività innovative legate al mondo del digitale, e a quelle social.  
(venerdì 13 ottobre - orario 11.30 / 13.00)
- **Rick Gush:** game designer e scrittore, il suo lavoro più noto è quello negli anni Novanta con lo Studio Westwood.  
(venerdì 13 ottobre - orario 11.30 / 13.00)
- **Billy Matijunis:** Lead Artist presso Ubisoft Toronto, sta lavorando sul videogioco Far Cry 5. Si occupa della direzione artistica degli ambienti tridimensionali, coordinando l'art team. Ha lavorato precedentemente ai seguenti titoli: Far Cry Primal, Far Cry 4, Splinter Cell: Blacklist e Assassins Creed Chronicles. Insegna Modellazione 3d, Texturing e

Game Engine al Seneca College e al George Brown College di Toronto.

- **Michael Surya**: Game Designer presso Ubisoft Toronto, ha lavorato a titoli come Tom Clancy's Splinter Cell Blacklist, Watch Dogs 2 e precedentemente ha lavorato in GAMELOFT e TECMO KOEI. Si occupa di intelligenza artificiale e dinamiche di gameplay.
- **Paul Leli**: Concept artist in Ubisoft Toronto. Lavora anche alla produzione di video musicali per artisti come Drake, Belly, Massari, Patrick Krief, e Lil Wayne. Esperto in stop motion e precedentemente art director e lead concept artist presso Finish Line games.

#### • MILANO – TORONTO

La sinergia tra **IED Istituto Europeo di Design, Politecnico di Milano e George Brown College di Toronto**, darà vita a un momento di formazione trasversale unico nel suo genere.

Tra **Milano e Toronto**, con partecipanti nelle due sedi di IED e George Brown College, si verrà a creare un luogo inedito, dove praticare sperimentazioni, percorsi di formazione e pratiche innovative per ampliare una conoscenza collettiva a metà tra videogiochi e Musei. **I destinatari** della due giorni di ottobre sono **gli sviluppatori dei videogiochi**, le **scuole** che fanno formazione in ambito "gaming" e tutte le **istituzioni culturali** che vogliono progettare e utilizzare i videogiochi come un nuovo mezzo per far conoscere il proprio patrimonio.

#### • L'OBIETTIVO

**La mission di IGC** è quindi un nuovo "viaggio" in cui sia gli ideatori che i partecipanti si interrogano su come il videogioco possa rappresentare un nuovo vero e proprio mezzo di informazione, formazione e approfondimento culturale.

Lo "**smart heritage**": punto di partenza dei due organizzatori è un'attenta **analisi del mercato dei videogiochi** (vedi sotto) e alcune considerazioni dedicate al cosiddetto "smart heritage". Attualmente numerose istituzioni museali hanno già condiviso (o lo stanno facendo) i propri contenuti attraverso i creative commons: materiale e immagini che vengono messi a disposizione gratuitamente per gli utenti in rete (Es. **RijksMuseum, British Museum, NASA**).

Sempre più spesso, si condividono anche immagini in 3D: statue, reperti e oggetti possono essere in questo modo inseriti all'interno di scenari di giochi in modo più completo (Es. British Museum).

Oltre alla condivisione, alcuni Musei parlano anche di co-creazione: il **RijksMuseum** di Amsterdam, ad esempio, ha invitato i propri utenti e visitatori a utilizzare le opere presenti nel Museo in modo creativo, partecipando a "contest" dedicati.

Lo "**smart heritage**" porta quindi gli utenti e i fruitori museali ad una conoscenza condivisa. Il riconoscimento di oggetti e storie museali arriva sotto forma di esperienza diversa rispetto a quella tradizionale: non analitica, ma puramente emozionale. Le informazioni dei musei veicolate in questo modo innovativo, aprono prospettive per un futuro diverso anche in ambito della comunicazione museale.

#### • L'INCROCIO TRA MUSEI, ARTE E VIDEOGIOCHI: COME NASCE L'IGC

Fino a qualche anno fa pensare al connubio videogiochi e patrimonio artistico sarebbe stato impossibile. Oggi, invece, è un trend che si sta affermando con grande forza e che è destinato a crescere.

La tendenza è infatti confermata e sostenuta dal riconoscimento del **videogioco** come **medium artistico e di narrazione** e dai fatturati in costante crescita legati alla vendita di videogiochi in tutto il mondo.

Nel 2016 infatti il Mibact ha varato una legge che riconosce al **settore di produzione dei videogiochi** un valore culturale: anche per questo motivo, per l'industria del videogame – già in fase di grande fermento creativo e produttivo - si aprono nuove possibilità di crescita. Con questo riconoscimento, questo settore - in grande crescita - è infatti incluso **nelle politiche culturali**.

Non solo: a soli quarant'anni dalla loro nascita, infatti, i videogiochi sono diventati **una delle principali industrie creative e dell'intrattenimento al mondo**. Da anni hanno superato cinema, musica e libri per volumi d'affari e per il 2017 la proiezione di fatturato mondiale è superiore ai 100 miliardi di dollari.

Il 24 gennaio 2017 il Ministro Franceschini ha presentato i dati del secondo rapporto dello studio "Italia Creativa" da cui emerge che l'industria dei videogiochi, pur rimanendo in Italia una nicchia, è l'unica che è cresciuta in maniera esponenziale segnando un +7,8% per numero occupati e un +9,5% in termini di tasso di crescita.

Non si tratta solo di numeri: a crescere è anche **il consumo a livello sociale** su una popolazione sempre più trasversale.

Secondo i dati presentati a maggio 2017 da AESVI e GFK "il mercato dei videogiochi in Italia chiude il 2016 in positivo con un giro d'affari di oltre 1 miliardo di euro (1.029.928.287 euro) e un **trend positivo** dell'8,2% rispetto al 2015. Si registra inoltre un incremento nelle vendite in tutti i segmenti di mercato considerati, come software (+11,9%), console (+2,3%) e accessori (+3,7%). Il software, in crescita dell'11,9% rispetto al 2015, è il segmento di mercato più importante, con un peso del 61,8% sul giro d'affari complessivo del 2016 e un fatturato di oltre seicento milioni di euro (636.908.554 euro).

Sul fronte dei **consumatori** invece è emerso che sono oltre 25 milioni i videogiocatori sopra i 14 anni (50,2% della popolazione italiana).

Un pubblico di appassionati sempre più adulto: 6 videogiocatori su 10 hanno infatti tra i 25 e i 55 anni. E gli over 65 sono più numerosi degli adolescenti: rappresentano il 7,9% dei giocatori, contro la fascia 14-17 che rappresenta il 7,2% del totale. Sul fronte della distribuzione per genere, il coinvolgimento maschile e femminile risulta equivalente: il 50% dei videogiocatori è composto da uomini e il 50% da donne.

### **MUSEI PARTNER DEL PROGETTO (aggiornata al 10 ottobre 2017)**

Musei Civici di Milano (Museo del 900, Musei del Castello Sforzesco, Musei Storici di Milano);

Museo Nazionale della Scienza e della Tecnologia "Leonardo da Vinci", Milano;

Pinacoteca di Brera, Milano;

Museo Bagatti Valsecchi, Milano;

Pinacoteca Ambrosiana, Milano;

Mercati di Traiano - Museo dei Fori Imperiali di Roma;

Palazzo Grassi e Punta della Dogana, Venezia;

MART, Museo d'Arte Moderna e Contemporanea di Trento e Rovereto;

Museo Nazionale Etrusco di Villa Giulia, Roma;

Fondazione Torino Musei (Palazzo Madama; Galleria Civica d'Arte Moderna e Contemporanea; Museo d'Arte Orientale; Fondo Gabinio);

Musei Reali di Torino;

MIIT - Museo internazionale di Torino;

Accademia Carrara di Bergamo;

Museo e Real Bosco di Capodimonte;

Museo Archeologico Nazionale di Napoli;

Fondazione Querini Stampalia, Venezia;

Fondazione Brescia Musei;

Palazzo Ducale di Mantova;  
Musei Civici di Como;  
Collezione Giuseppe Iannaccone, Milano;  
MAIO, Museo dell'Arte in Ostaggio, Cassina de' Pecchi (MI);  
Museo Didattico della Seta, Como;  
Ambiente Parco, Brescia;  
Museo Virtuale del Garofalo, Canaro (RO);  
Museo della Marineria di Cesenatico (FC);  
Casa delle Farfalle, Cervia (RA);  
Museo Archeologico Nazionale di Reggio Calabria;  
Polo Museale del Molise: Castello di Capua - Gambatesa (Campobasso); Castello di Civitacampomariano (Campobasso); Complesso Monumentale di San Vincenzo a Volturno (Isernia); Museo Archeologico di Santa Maria delle Monche (Isernia); Museo Archeologico di Venafro (Isernia); Museo della città e del territorio, Sepino (Campobasso); Museo Nazionale di Castello Pandone, Venafro (Isernia); Museo Nazionale del Paleolitico di Isernia (Isernia); Museo Provinciale Sannitico (Campobasso); Palazzo Pistilli, (Campobasso);  
MAV, Museo dell'Artigianato Valdostano, Fènis (AO);  
Umbria Musei; Pop up!: arte contemporanea nello spazio urbano, Marche;  
Fondazione Ranieri, Perugia;  
Galleria di Storia Naturale dell'Università degli Studi di Perugia;  
Studio Moretti Caselli, Perugia;  
Casa Museo degli Oddi Marini Clarelli, Perugia;  
Complesso Museale di San Francesco di Montefalco, (PG);  
Museo Città di Cannara (PG);  
Museo di Monteleone, Spoleto (PG);  
Museo Archeologico Nazionale dell'Umbria, Perugia;  
Museo Archeologico Nazionale dell'Umbria, Orvieto;

Progetto ideato e organizzato da **Bookrepublic** e **Streamcolors** con il sostegno di **Fondazione Cariplo**.

Per collaborare con le loro immagini, i Musei possono scrivere a [pandora@internationalgamecamp.com](mailto:pandora@internationalgamecamp.com)

Le iscrizioni sono chiuse ma il pubblico è benvenuto ai talk del venerdì mattina

### **Ufficio stampa**

Manzoni22 snc - Silvia Introzzi  
Mail: [Silvia.introzzimanzoni22.it](mailto:Silvia.introzzimanzoni22.it)  
Tel.: 0039 335 5780314