

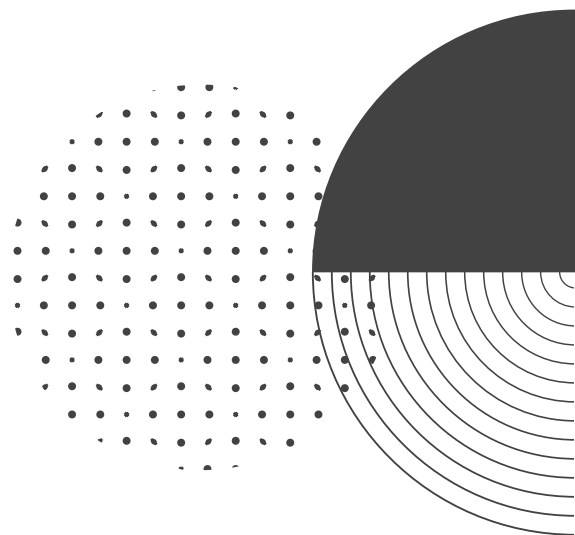


**GUIDE DU
PARTICIPANT**

2021

Pour sa 3ème édition, le Forum de consultation pour les industries créatives se tient en ligne du 22 mars au 20 mai 2021.

Thématique 2 :
Exposition immersive itinérante



EXPOSITION IMMERSIVE ITINÉRANTE

Éphémères et basées sur le modèle des tournées muséales, les expositions immersives itinérantes sont sous l'œil de tous les créateurs de l'industrie depuis le succès retentissant de la tournée mondiale d'Imagine Van Gogh. De nombreuses expositions de cette envergure technologique vont voir le jour sur des thématiques similaires.

- À qui et comment vendre ces nouveaux formats de divertissement ?
- Comment inclure ces projets insolites dans les programmations et les lieux des institutions plus traditionnelles, telles que les musées et les centres d'exposition ?
- Faut-il plutôt se diriger vers la création d'un réseau national et international, composé de plusieurs lieux d'exposition dédiés à ce type d'expérience, à l'image de ce que Culturespaces (L'Atelier des Lumières) fait en France ?

Exposition immersive itinérante, expérience multimédia permanente – des termes qui se recoupent et parfois se confondent.

Dans le cadre du Forum Numix,

exposition immersive itinérante = œuvres ou expériences produites dans une optique de tournée

expérience multimédia permanente = expériences destinées à des lieux permanents

« [Dans un espace plongé dans l'obscurité](#), des dizaines d'images d'œuvres – généralement signées par les artistes les plus célèbres – sont projetées simultanément à grande échelle, et en haute définition. Les projections suivent une chorégraphie précise, soutenue par de la musique. »

« Plus qu'une mode c'est une lame de fond », écrit Roxana Azimi dans un article qui interroge le goût des foules pour ces expositions à mi-chemin entre le divertissement culturel et l'attraction artistique et qui utilisent notamment le mapping vidéo, la conception numérique et la réalité virtuelle.

Le concept des expositions immersives serait né en France il y a plus de quarante ans avec la Cathédrale d'images – devenue en 2012 les [Carrières de Lumières](#) – qui offrait des projections lumineuses d'œuvres d'art sur les parois d'une carrière de calcaire, aux Baux-de-Provence.

C'est peut-être ce qui explique l'avance prise dans ce domaine par l'Europe où des dizaines d'expositions de ce type attirent des millions de spectateurs chaque année. En 2019, entre 15 et 20 expositions immersives ont accueilli plus de 3 millions de visiteurs dans une trentaine de sites, selon une étude à ce sujet à paraître.

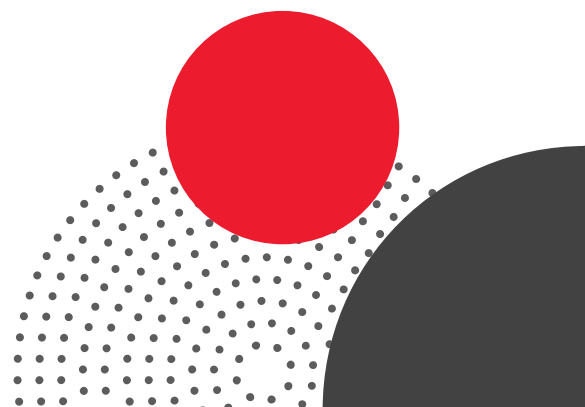
« Le virtuel va se tailler une place de plus en plus grande dans l'art. Il faudra donc s'y habituer »

[Guillaume Fraissard, Le Monde](#)

Relevant davantage de la tradition des expositions universelles et des espaces qui exploitent les nouvelles technologies de l'image (IMAX, 3D, réalité virtuelle) que de celle des musées, les expositions immersives sont un formidable outil de démocratisation de l'accès à l'art.

Elles amènent un public jeune et familial – davantage rompu aux interactions avec les écrans qu'aux déambulations dans les musées – à s'intéresser à des œuvres et mouvements artistiques qu'il n'aurait jamais fréquentés autrement.

Certains puristes y voient une forme de spectacularisation qui fait l'impasse sur l'histoire de l'art et instrumentalise les chefs d'œuvre exposés à des fins commerciales. Mais pour les musées déjà fortement fragilisés par la crise sanitaire de la COVID-19, les expositions immersives représentent de plus en plus une planche de salut qui fournit des revenus importants tout en leur permettant de toucher un public plus large et de moderniser leur image.



En janvier de cette année, l'organisme public français la Réunion des musées nationaux – Grand Palais¹ a annoncé qu'elle créait une filiale spécialisée « Grand Palais immersif » et se lançait dans la production, l'exploitation et la diffusion d'expositions numériques, pour le public parisien, national et international. Ce projet est le fruit d'un partenariat avec une institution publique, la [Banque des Territoires](#) et une entreprise privée, [VINCI Immobilier](#), un des principaux acteurs de la promotion immobilière en France

L'exemple de Culturespaces

Premier acteur culturel privé européen et cinquième opérateur culturel français pour la gestion globale de monuments, musées et centres d'art ainsi que l'organisation d'expositions, [Culturespaces](#) a lancé en 2018 [Culturespaces Digital](#) consacré à l'organisation et la gestion d'expositions numériques.

Chaque année, Culturespaces Digital produit quatre grandes expositions immersives dédiées aux grands maîtres de l'histoire de l'art, quatre expositions courtes et des expositions contemporaines. L'organisme gère cinq centres d'arts numériques permanents :

[Carrières de Lumières Les Baux-De-Provence](#) : 770 000 visiteurs/an et 7000 m² de surface de projection

[Atelier des lumières de Paris](#) : 1 400 000 visiteurs/an et 3 270 m² de surface de projection

[Bassins de lumières de Bordeaux](#) (pro-

priété de la ville) : ouvert en 2020, 350 000 visiteurs attendus et 14 500 m² de surface de projection

[Le Bunker de Lumières en Corée du Sud](#) : 2 810 m² de superficie dans la salle d'exposition, 3 350 m² de surface de projection et 570 000 visiteurs attendus par an

[Infinity des lumières à Dubaï](#), inspiré de l'Atelier des Lumières à Paris. à venir en avril 2021

[Hall des Lumières, New York](#) (à venir en 2022)

Modèle économique : gestion globale

Au contraire des expositions classiques dans les musées, souvent déficitaires, les expositions numériques immersives sont rentables : pas de frais liés aux transports d'œuvres, à l'assurance, au gardiennage, et les droits à verser pour la diffusion des images sont généralement minimales, l'œuvre de la plupart des artistes exposés étant tombée dans le domaine public.

Elles s'exportent très bien à l'étranger – comme l'a compris Culturespaces Digital avec sa démarche de développement à l'international – et intéressent de plus en plus de municipalités intéressées à mettre en valeur leurs sites hors normes, comme par exemple l'ancienne base sous-marine de Bordeaux pour les Bassins des Lumières ou encore un ancien entrepôt de sucre pour l'exposition Imagine Picasso à Lyon.

Ces lieux désaffectés se retrouvent, par la magie du marketing, transformés en lieux très convoités; ils font d'ailleurs l'objet d'opérations immobilières très fructueuses². Ajoutez à cela les recettes de billetterie et les revenus d'une foule de produits dérivés vendus dans les boutiques attenantes, et vous avez en main tous les ingrédients pour une entreprise rentable.

Culturespaces attribue le succès de ses installations – les traditionnelles comme les centres d'art numérique – à son mode de gestion, une gestion sans subvention, globale et en réseau qui vise à optimiser les ressources et à maîtriser les dépenses (ouverture 7 jours sur 7, budgets de promotion importants, qualité des services, gestion serrée de la billetterie, gestion directe des services de restauration et des librairies-boutiques, personnel qualifié et expérimenté « qui n'est pas soumis aux contraintes du statut de la fonction publique », etc.)

Le dernier établissement ouvert par Culturespaces Digital, les Bassins de lumières de Bordeaux, a nécessité un investissement de départ de 14 millions d'euros auquel il faut ajouter les coûts de production d'une grande exposition numérique d'environ un million d'euros.³

Pour Culturespaces Digital, la crise due au nouveau coronavirus a agi comme accélérateur du basculement vers les expositions numériques immersives.

Explications de son président, Bruno Monnier : « Ces lieux immenses où nous projetons des images fixes et des vidéos en musique offrent de nombreux atouts. Ce sont des endroits où il n'y a pas de pro-

blème de distanciation physique, où nous créons nous-mêmes les expositions, et celles-ci peuvent circuler. Nous sommes propriétaires de notre catalogue et nous pouvons le faire voyager dans le monde entier. Même s'il faut s'adapter à chaque lieu et à chaque pays, cela revient moins cher qu'une exposition classique. Une exposition numérique nous coûte 500 000 euros à produire, mais elle tient pendant un an, et vous pouvez l'emmener dans vos autres centres d'art numériques. ⁴ »

¹ Établissement public à caractère industriel et commercial français qui a pour but de contribuer à la diffusion du patrimoine muséographique et au développement des publics en mettant ses capacités en ingénierie culturelle à disposition des musées. Source : [Wikipédia](#)

² Le Monde. 2 juillet 2020. Le succès des expositions d'art immersives.

³ À noter : le chiffre d'affaires de Culturespaces était de 68 millions d'euros en 2019 mais de 39 millions d'euros en 2020 en raison de la crise sanitaire.

⁴ Ibid.

L'exemple du Centre PHI

Le cinéma a-t-il encore besoin des cinémas ? L'art a-t-il encore besoin des musées ? Le Centre Phi, en inscrivant le cinéma dans une exploration plus large de la culture culturelle, appuyée sur les technologies numériques, a réussi le pari de contrer les baisses de fréquentation que connaissent par exemple les cinémas.

« [Le Centre Phi](#) a réussi où beaucoup ont échoué : inscrire le cinéma dans une exploration plus large de la culture contemporaine où se côtoient musique, expositions et nouvelles technologies. Le Phi met en valeur de belle façon des formats autres que le long métrage – du court métrage à la réalité virtuelle – dont les salles plus traditionnelles ne savent que faire. Il a aussi su varier, au sein d'un même espace, les modes de présentation des films : salle, installation ou formule cabaret. La programmation est régulière mais parcimonieuse, rompant avec le mur-à-mur habituel. Autant de pistes à explorer, qui offrent aux spectateurs et aux programmeurs plus de marge de manœuvre, quoique cet éclectisme glisse dernièrement vers une nostalgie accrocheuse. »⁵

⁵ BOULANGER, Karine. Le cinéma a-t-il encore besoin des cinémas? Liberté, 2017, no 314, p. 67-68. <https://www.erudit.org/en/journals/liberte/2017-n314-liberte02852/84048ac/>



Approfondir le sujet

À PROPOS DES EXPOSITIONS DE L'ATELIER DES LUMIÈRES

[Van Gogh Starry Night at the Atelier des Lumières](#)

[L'Atelier des Lumières dédie sa nouvelle exposition à Monet, Renoir et Chagall](#)

[Subverting Classic Art Viewing: Gustav Klimt at Atelier Des Lumières](#)

EXPOSITIONS IMMERSIVES AU TEMPS DE LA PANDÉMIE

[L'atelier des lumières : l'initiative « un jour une œuvre »](#)

Centre Phi : [Exposition « Venice VR Expanded »](#) en présentiel pendant le COVID-19

« [Carne y Arena](#) » du cinéaste Alejandro Inarritu, exposition immersive du 17 mars au 20 juin 2021

[Cercanía](#) - Art numérique par Rafael Lozano-Hemmer (Artiste) à [Arsenal art contemporain](#) : une exposition conçue précisément dans le but de respecter la distanciation sociale et les mesures de santé et sécurité en place contre la pandémie. [Bande annonce de l'exposition](#)

MODÈLE D'AFFAIRES : COPRODUCTION AVEC UN ÉTABLISSEMENT CULTUREL PUBLIC

[Pompéi l'exposition](#) Une exposition coproduite par GÉDÉON Programmes et RMN-GP Grand Palais avec la participation du Parc Archéologique de Pompéi.

[Matérialisation numérique de l'exposition entrecoupée d'images sur place \(vidéo\)](#)

[Behind the scene, création de l'exposition - Bande annonce](#)

[Entrevues avec le commissaire de l'exposition et Roei Amit \(et retranscription de l'entrevue\)](#)

Sources

Fraissard, Guillaume. « *Le virtuel va se tailler une place de plus en plus grande dans l'art. Il faudra donc s'y habituer* » dans Le Monde, février 2020, [En ligne: https://www.lemonde.fr/idees/article/2020/02/28/le-virtuel-va-se-tailler-une-place-de-plus-en-plus-grande-dans-l-art-il-faudra-donc-s-y-habituer_6031166_3232.html]

Gasparina, Jill. *Et si l'immersion était l'avenir de l'art ?* dans Le Temps, mai 2020, [En ligne : <https://www.letemps.ch/culture/limmersion-etait-lavenir-lart>]

Gignoux, Sabine. *Le Grand Palais se lance dans les expositions immersives* dans La Croix, janvier 2021, [En ligne: <https://www.la-croix.com/Culture/Le-Grand-Palais-lance-expositions-immersives-2021-01-06-1201133408>]

Azimi, Roxana. *Les expositions immersives* dans M Le Magazine du Monde, février 2020.

Custurespaces. *Partager la culture* dans [En ligne: https://www.culturespaces.com/sites/ceportail/files/dossier_de_presse_ce.pdf]