



TRENDING Di Crescita, bonus assunzioni a chi fa donazioni alle scuole



HOME CRONACA - NEWS WORLD VIAGGI &amp; TURISMO SPETTACOLO MUSICA POLITICA

Home &gt; COMUNICATI STAMPA EASY &gt;

Il mare non è una discarica: Get in Sync Water, l'installazione immersiva per stimolare consapevolezza e attivare il cambiamento \_ A WSM un'esperienza firmata DrawLight che emoziona e fa riflettere



COMUNICATI STAMPA E...

## Il Mare Non È Una Discarica: Get In Sync Water, L'installazione Immersiva Per Stimolare Consapevolezza E Attivare Il Cambiamento \_ A WSM Un'esperienza Firmata DrawLight Che Emoziona E Fa Riflettere

By **Easynews** — Last updated **Giù 10, 2019**

Il mare non è una discarica: Get in Sync Water, l'installazione immersiva

per stimolare consapevolezza e attivare il cambiamento

A WSM un'esperienza firmata DrawLight che emoziona e fa riflettere

Testi e foto nel link: [www.dropbox.com/sh/yu0g6pg5452gfog/AACRGpT-Mq5fNv6gR1zaFckGa?dl=0](http://www.dropbox.com/sh/yu0g6pg5452gfog/AACRGpT-Mq5fNv6gR1zaFckGa?dl=0)

Torna la Milano Fashion Week Uomo e, nel cuore del Tortona Fashion District, apre dal 15 al 17 Giugno WSM, un entusiasmante marketplace dove, tra happening ed eventi, sono previste oltre 15.000 presenze.

Nel suo processo di indirizzare il futuro del sistema moda verso innovativi scenari che racchiudono nuovi stili di vita e consumi, WSM ha scelto DrawLight come partner capace di creare una immersive experience che possa trasferire forti emozioni e generare consapevolezza verso tematiche green.

Dopo SYNC, l'installazione che abbiamo curato per White Milano in occasione della Milano Fashion Week Donna, torniamo a collaborare per WSM, in una sinergia di pensiero e visione con Matteo Ward di WRAD. Prosegue il percorso iniziato con GIVE A FOK-us che evolve in GIVE A FOK-us Water. , sottolinea Mick Odelli, Founder di DrawLight, che aggiunge: Attraverso le esperienze emozionali attiviamo una maggiore consapevolezza di sé stessi, degli altri, dell'ambiente e della salvaguardia del nostro pianeta .

Il focus questa volta è l'acqua. Sincronizzarsi con il mare, gli oceani per prendere velocemente coscienza dell'importanza dell'habitat in cui viviamo anche grazie a un sistema moda sempre più sensibile a queste dinamiche.

Abbiamo unito Aziende che utilizzano l'economia circolare, produttori tessili e brand che operano nel rispetto delle risorse idriche attraverso nuovi processi o, in alcuni casi, riutilizzando gli scarti pescati dai fondali. Sono presenti alcuni esempi di moda virtuosa tra cui il produttore di denim che ha ridotto del 90% il consumo di H2O. Il mare quindi come fonte di sviluppo di nuove fibre, di esperienze sostenibili e spazi immersivi che sappiano trasferire ai visitatori forti emozioni , racconta il Direttore Artistico di GIVE A FOK-us, Matteo Ward.

### SEGUICI SUI SOCIAL

62  
Subscribers

### ULTIME NOTIZIE



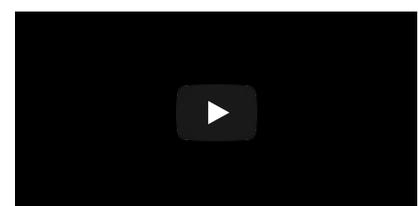
**Justin Bieber, nuova musica in arrivo: la pausa è finita?**  
Giù 10, 2019

**Teaser per 3 from Hell di Rob Zombie: la famiglia Firefly è pronta a...**  
Giù 10, 2019

**Concerti, Jah9: due date in Italia per la cantante giamaicana**  
Giù 10, 2019

< PRECEDENTI | SUCCESSIVI > 1 di 3.872

### EASY NEWS CHANNEL



Sorry, there was a YouTube API error: Project 463310497518 is not found and cannot be used for API calls. If it is recently created, enable YouTube Data API by visiting <https://console.developers.google.com/apis/api/youtube.google.project=463310497518> then retry. If you enabled this API recently, wait a few minutes for the action to propagate to our systems and retry. Please make sure you performed the steps in this video to create and save a proper server API key.



L'installazione artistica immerge il pubblico nelle profondità marine per stimolare una presa di coscienza su un tema che non si può più ignorare e lancia una call to action a farsi attori del cambiamento.

“Attraverso immagini, luci, riflessi e suoni, Get in Sync Water vuole entrare nel profondo delle persone ed emozionarle, trasportandole nel cuore dell'Oceano dove il dramma si consuma per riscrivere l'immaginario comune, finora meraviglioso e incontaminato”, spiega Elisa Basso, Direttrice Creativa di DrawLight.

“Immergere” è il mantra di DrawLight ed è uno dei trend delle shopping experience più innovative ed efficaci. Sensory branding e storytelling si fondono per generare emozioni avvolgendo e coinvolgendo ogni singolo individuo in un percorso di consapevolezza e presa di coscienza che spinge a una motivazione intrinseca. Arte, tecnologia, creatività, neuroscienze per stimolare una maggiore consapevolezza del sé.

#GETINSYNCWATER

#DRAWLIGHT

#GIVEAFOKUS

Didascalia Foto: Get in Sync Water è stata creata in maniera funzionale all'obiettivo di GIVE A FOK-us Water, tema affrontato da WSM durante l'edizione Giugno 2019. Lo scopo è di porre l'attenzione al rapporto tra moda e ambiente: acqua, mare, oceano per sensibilizzare ciascun individuo con un'esperienza emozionante. Uno spazio immersivo, dove tecnologie di light-mapping e installazioni audiovisive ispirano il visitatore a una maggiore consapevolezza di come è sempre stato immaginato l'Oceano e come è realmente.

#GetInSyncWater

DRAWLIGHT

Fondato nel 2008 da Mick Odelli e Lorenzo Beccaro come studio creativo specializzato in media immersivi e installazioni tecnologiche d'avanguardia, DrawLight è oggi un Immersive Studio che crea percorsi emozionali per stimolare nelle persone una maggiore consapevolezza del sé attraverso arte, tecnologia, creatività e scienza.

Nato dalla sinergia tra know-how differenti nell'ambito dell'arte digitale, della progettazione architettonica e delle nuove tecnologie, lo studio mira a innovare il settore museale, retail e wellness.

Attraverso un approccio Human Centered e neuroscientifico (volto a capire i meccanismi che regolano le percezioni e il comportamento umano), DrawLight studia le emozioni e gli stati d'animo per poterli poi stimolare nelle persone attraverso esperienze e percorsi immersivi.

Risalgono al 2010 le sperimentazioni di arte digitale con la prima proiezione al mondo mappata a 360° su scultura, in collaborazione con l'artista Rabarama.

All'inizio del 2014, lo Studio produce autonomamente June Immersive Musical, il primo musical immersivo al mondo, con scenografie dinamiche interamente mappate, spettacolo con il quale debutta in India al Tech Fest di Mumbai di fronte a oltre 10.000 spettatori.

Nel 2015 DrawLight realizza per EXPO Milano e la Fondazione Altagamma, Panorama, un'opera immersiva a 360° che racconta le bellezze uniche e il patrimonio artistico-culturale italiano.

Lo stesso anno dà vita al progetto spin-off Senso Immersive Experience, brevetta Teca e Scigno (espositori dall'anima tecnologica) e lancia Immersive Experience permanenti come Vedo (un sistema brevettato di proiezioni dinamiche) e Onda (installazione artistica collocata presso il nhow Milano Hotel in via Tortona).

Nel 2018, a dieci anni dalla sua fondazione, DrawLight matura una forte consapevolezza artistica evolvendo in un laboratorio di idee e sperimentazioni d'arte che gli permettono di essere precursore nel campo delle mostre immersive.

Realizza la mostra Massimiliano e Manet, un incontro multimediale per il Museo del Castello di Miramare e cura per Cose Belle d'Italia Media Entertainment l'esperienza immersiva Magister Canova presso la Scuola Grande della Misericordia di Venezia.

Alle sperimentazioni in ambito artistico, lo studio affianca una vocazione esperienziale e di ricerca scientifica orientata al sensory branding in ambito retail e therapy oriented in ambito wellness. Così nasce Plaza Sensory Pool, la prima piscina sensoriale d'Europa e primo esperimento di Immersive Wellness, un'innovativa esperienza di benessere basata sulla ricerca neuroscientifica, che rappresenta un nuovo modo di concepire e vivere le terme e la SPA.

Il 2019 si apre con un'importante collaborazione con White, nell'ambito del fashion project dall'anima green GIVE A FOK-us.

Lo studio crea Get in Sync: un'installazione artistica e immersiva creata per permettere alle persone di ritrovare il proprio focus e ri-sincronizzarsi con la natura, con la società e con sé stessi.

## NEWSLETTER



Subscribe our newsletter to stay updated.

Inserisci il tuo indirizzo email ..

Sottoscrivi

Powered by *MailChimp*

@DrawLight\_net

[www.drawlight.net](http://www.drawlight.net) <[www.drawlight.net](http://www.drawlight.net)>

[hello@drawlight.net](mailto:hello@drawlight.net) <<mailto:hello@drawlight.net>>

Per saperne di più o incontrare Mick Odelli e il Team DrawLight:

Manuela Caminada cell. +39 333 6217082








 2 | 
  0

POTREBBE PIACERTI ANCHE

[Altri Di Autore](#)



▼ La nostra #estatealMAXXI sta per cominciare con Mahmood in concerto, la grande...

COMUNICATI STAMPA EASY

La newsletter di Spot and Web del 10 giugno2019



CORSANEWS: le ultime dieci notizie dal mondo dei motori!

< PRECEDENTI

SUCCESSIVI >

LASCIA UNA RISPOSTA

L'indirizzo email non verrà pubblicato.

Il tuo commento

Il tuo nome \*

La tua email \*

Il tuo sito web

Save my name, email, and website in this browser for the next time I comment.

POSTA UN COMMENTO


 Youtube  
 Join us on Youtube

This website uses cookies to improve your experience. We'll assume you're ok with this, but you can opt-out if you wish. [Accept](#) [Read More](#)