

## RELAZIONE DESCRITTIVA

(soggetta a pubblicazione nella sezione Amministrazione Trasparente del sito [www.pc.camcom.it](http://www.pc.camcom.it) a norma di legge)

### Descrizione del progetto

**(Le indicazioni saranno impiegate per la valutazione del progetto a norma dell'art. 8 dell'Avviso)**

**Fornire la descrizione dell'idea progettuale con l'indicazione dei seguenti elementi:**

**ATTENZIONE: la sussistenza degli elementi indicati sarà richiesta ed esaminata anche in sede di predisposizione della documentazione consuntiva:**

. Tematica e obiettivo generale del progetto (si veda art. 1 dell'Avviso): Il GRAND TOUR è nato tra i secoli XVII e XVIII e ha prodotto una ragguardevole quantità di letteratura artistica: questo è il primo vistoso elemento che fa riflettere su un fenomeno che ebbe le proporzioni di una vera e propria moda. Fu quello, infatti, un momento in cui, nella storia della mentalità collettiva, il viaggio acquistò valore per le sue intrinseche proprietà. Indipendente dalla soddisfazione di questo o quel bisogno, si propose esso stesso come unico e solo fine, in nome di una curiosità fattasi più audace, in nome del sapere e della conoscenza da un lato e del piacere dell'evasione e del puro divertimento dall'altro.

. Questa idea innovativa cominciò a diffondersi in Europa sul finire del XVI secolo e si incarnò nella voga del 'viaggio in Italia'. Il quale rispetto ai precedenti si configura come istituzione solo alla fine del secolo successivo, quando diventa la tappa privilegiata di un 'giro' che i giovani rampolli dell'aristocrazia europea, gli artisti, gli uomini di cultura, cominciano a intraprendere con regolarità.

. Il 'giro' presto diventa una moda e ad esso è assegnata anche una dicitura internazionale: il Grand Tour. Già nel secondo '700, era considerato essenziale per la formazione umana e culturale di un giovane signore europeo effettuare il Grand Tour nel nostro paese. Tourist è un termine che inizialmente viene usato nella lingua inglese alla fine del XVIII sec. come sinonimo di viaggiatore, e tourism è compreso per la prima volta nell' Oxford English Dictionary nel 1811.

. I due sostantivi traggono origine dal termine francese tour, che definiva il viaggio compiuto a scopo istruttivo, secondo appunto la consuetudine in uso presso le classi agiate europee, in primis quella inglese, a partire dal secolo XVI. I termini turiste e tourisme si affermarono nella lingua francese solo, rispettivamente, nel 1816 e 1841. In seguito, comparvero anche nella lingua italiana: turista nel 1837 e turismo nel 1905. *Tra i grandi visitatori della nostra città che ne scrissero e ne lasciarono traccia nei loro diari ci furono tra gli altri Montaigne, Goethe, Mozart, Stendhal, Hesse, e infine anche Ernest Hemingway frequentatore della Val Trebbia, un fiore all'occhiello delle meravigliose valli Piacentine. Ciascuno di questi personaggi oltre che ricordare le bellezze artistiche che sono e che furono; il palazzo Farnese, il quadro*

*della Madonna Sistina di Raffaello un tempo presente nella Chiesa di San Sisto, la Chiesa di Santa Maria di Campagna, la Cattedrale del Duomo, le Chiese di San Francesco e San Sisto. Lo stesso Lord Byron nei suoi diari afferma di essersi informato sul Cardinale Alberoni interrogando chi lo ha conosciuto e volendo sapere della Pinacoteca, degli Arazzi e della Biblioteca che il Cardinale Giulio Alberoni aveva lasciato a noi piacentini. Si ricorda tra i turisti eccellenti nel nostro diario, che con gioia hanno gustato la nostra enogastronomia, in particolare, il celebre pensatore Montaigne, che, nel suo diario, loda Piacenza come unica città da Roma fino al Po che gli ha dato da mangiare bene. Nello spettacolo Giovanni Paolo Panini (il grande pittore Piacentino) torna a metà della sua vita a Piacenza per gustarne i sapori, soprattutto i nostri vini di cui parlava in tutta Roma. Piacenza diventa dunque l'eco del grande turismo e, il locandiere, figura centrale della commedia attorno a cui ruotano tutte le storie, difende a spada tratta il Gutturino, il piccione ripieno, la carne di cavallo, i pomodori con il riso; la cucina che è e che fu e di cui il locandiere si fa fiero portavoce ai grandi turisti che giungono nella sua locanda. Schematizzando la tematica si può ridurre al concetto che il turista nella nostra città trova lustro sia per gli occhi che per la pancia.*

· azioni nelle quali si articola il progetto: *il progetto è nato da una lunga ricerca bibliografica e scientifica di tutti i grandi personaggi stranieri che nei loro diari o appunti hanno scritto di Piacenza e del loro soggiorno nella nostra città tra il XV e il XVIII secolo. Ci siamo anche spostati nelle biblioteche di altre città o paesi per poter trovare le fonti originarie come a Bagni di Lucca o alla Biblioteca Classense di Ravenna che dispone di una lunga corrispondenza di Lord Byron con l'amante Teresa Guccioli in italiano, corrispondenza che ci ha permesso di comprendere i tratti psicologici di Byron e tracciarne un personaggio che aderisse a Morgan. L'altro grosso studio ha riguardato la figura di Mary Shelley e il marito Percy, grandi protagonisti del Grand Tour Italiano che finì tragicamente per Percy al largo delle coste toscane al rientro da un incontro sconvolto a Bagni di Lucca con l'amico Byron. Rimasta sola con Byron, Mary fa un lungo bilancio della sua vita con l'amico attraverso scritti e lettere fino alla decisione di rientrare in Inghilterra, anche al seguito della morte di Byron in Grecia. Un'altra azione importante è stato coinvolgere nello spettacolo il critico e storico d'arte piacentino Alessandro Malinverni, attraverso il quale abbiamo ricostruito drammaturgicamente la vita del celebre vedutista piacentino Gian Paolo Panini, drammaturgia che è sfociata in una teatralizzazione tutta piacentina nell'incontro / scontro tra Panini (rappresentato dal medesimo Alessandro Malinverni) e l'Oste. Piacenza si intreccia così a Lucca, a Ravenna, a Roma in una lunga bibliografia, corrispondenze, libri di Percy, Mary, Byron a cui fanno da cornice Elizabeth Barrett, Mozart, Montaigne e Panini ricordati o incontrati dal locandiere, l'uomo di Goldoniana memoria che lega il filo delle storie, qui in veste di oste tipicamente piacentino. Fin dall'inizio lo scopo è sempre stato quello di promuovere le caratteristiche storico culturali e enogastronomiche del*

territorio, coinvolgendo imprese locali come aiuto per l'allestimento e coinvolgendo il Touring Club Emilia Nord per diffondere sia lo spettacolo sia la nostra città.

- data di inizio 30/01/2021, data di conclusione 30/08/2021
- area geografica di riferimento: Piacenza per il debutto, segue la diffusione (Covid permettendo) dello spettacolo in tutta Italia come un vero DOP delle specialità piacentine e della cultura ed enogastronomia della nostra città.
- obiettivo specifico che si intende raggiungere: Lo scopo è quello di mostrare che nella nostra città, Piacenza, ha una struttura solida nelle sue istituzioni, pronte a dare spazio a eventi significativi in una cornice di altissimo prestigioso con un ritorno nazionale. La città di Piacenza produce e fa arte come specifica rotta della sua società che da società agricola si è trasformata in società industriale e del terzo settore, pur rimanendo ancorata alle tradizioni della sua terra. Chi non ha mai sostato in una locanda piacentina per gustare un buon gutturnio con una fetta dei nostri incomparabili salumi? Quale turista non ha mai visto Palazzo Farnese? Un altro elemento decisivo che ha dato una grande risonanza alla città è stato avere in scena Marco Castoldi (in arte Morgan) che già dalle prime battute che riguardavano lo spettacolo, in conferenza stampa, ha immediatamente posto l'accento sulle bellezze di una città che nelle sue dimensioni risulta essere un gioiello di arte e cultura e ricordando il suo concerto al Farnese nel 2005 con grande simpatia e nostalgia. Ma il debutto segna anche il nastro di partenza di un'operazione che dimostra che il turismo e la conoscenza di un territorio, dei suoi prodotti e delle sue tradizioni può e deve passare anche dalla cultura, da uno spettacolo che, attraverso la musica e la prosa, intende promuovere lo sviluppo economico e culturale della città di Piacenza attraverso anche a una futura tournée italiana, e forse non solo, di "Grand Tour" a cui Marco Castoldi (Morgan) ha già dato la sua adesione.
- destinatari: Lo spettacolo potenzialmente racchiude sia gli amanti della prosa che quelli della musica pop, sia gli amanti dell'arte. Diciamo potenzialmente perché ogni attività pubblica, come ogni esercizio commerciale, è soggetta alle restrizioni delle norme anticovid.
- incidenza dell'iniziativa sul sistema socioeconomico piacentino (riportare solo elementi individuabili oggettivamente a consuntivo: ad esempio n. coperti, n. presenze, n. pernottamenti, visualizzazioni di siti dedicati o di pagine social): presenze: 160, pernottamenti: 1, siti dedicati 4 (Facebook, Instagram, Twitter e Tik Tok) visualizzazioni più di 10.000
- elementi di novità e innovatività: Questa è la prima docu-commedia italiana interamente incentrata sul "Gran Tour", fenomeno che ha creato il turismo in Italia e poi in tutto il mondo. Inoltre, è il primo spettacolo che è ambientato

- come scenografia e ambientazione della pièce - a Piacenza, come snodo geografico e culturale del famoso "Viaggio in Italia". Nessuno prima aveva mai sfruttato teatralmente questo aspetto, così importante e così dimenticato nei secoli, perso nelle sabbie del tempo e della memoria. Inoltre la rappresentazione unisce presente e passato grazie alla partecipazione di artisti moderni e innovativi come lo stesso Morgan, che contaminano l'atmosfera e la cultura dell'ottocento con quella dei giorni nostri, capaci di trasmettere la cultura con facilità e naturalezza e di veicolare un'immagine fresca e allo stesso tempo allettante dal punto di vista culturale e turistico di Piacenza e delle sue valli. È un teatro di documentazione e di divulgazione, di promozione e di intrattenimento, allo stesso tempo. Un'attività che Muselunghe APS porta avanti dalla sua formazione nel 2017 con docu-spettacoli rappresentati anche all'estero (come Amaldi l'Italiano rappresentato, tra l'altro al CERN di Ginevra con introduzione di Fabiola Gianotti) e comunque in tutta Italia (come Terranuova. Giovanni Raineri un eroe borghese e Alberoni, un cardinale Master chef), dedicati soprattutto a grandi italiani e nello specifico a grandi piacentini.

- **settori sui quali il progetto incide:** Il progetto ha inciso per la sua portata su tutti i settori tramite l'afflusso di pubblico ed è stata di grande visibilità grazie anche alla presenza sui media e sui social veicolata anche dalla presenza di un grande protagonista della musica leggera italiana. Ha inciso e inciderà anche in futuro sulla promozione del territorio sia a livello culturale che enogastronomico, naturalmente sempre in relazione alle limitazioni sanitarie dovute al Covid

- **partnership:** Touring Club Italiano Emilia Nord come patrocinio gratuito, divulgazione sulla loro mailing list e sul loro sito

- **tipologia di azioni di comunicazione e promozione:** L'azione di comunicazione si è sviluppata su più canali. C'è stata una conferenza stampa con la presenza dell'Assessore alla Cultura di Piacenza Jonathan Papamarenghi con i protagonisti della docu-commedia, compreso Morgan in teleconferenza, ripresa da tutti i media piacentini a cominciare dal quotidiano cartaceo Libertà, per continuare su tutti i quotidiani e periodici on line, oltre che dalla radio locale Radio Sound. La notizia è stata battuta dall'Ansa. In secondo luogo è stato dedicato all'evento un evento dedicato dal nome "Grand Tour" settimane prima dell'evento sui maggiori social: Facebook, Instagram, Twitter, Tik Tok. Per quanto riguarda la pubblicità cartacea sono stati affissi cartelloni pubblicitari di grande formato in luoghi chiave della città, sono state distribuite locandine e cartoline. L'artista Morgan e la sua agenzia Barley Arts hanno pubblicato l'evento sulle loro pagine web e sui loro profili ufficiali social. Il Touring Club Emilia Nord ha provveduto, su richiesta, a divulgare l'evento sulla mailing list. Muselunghe APS ha utilizzato anch'essa la sua mailing list.

## ALLEGATO A - RELAZIONE

- sistema di misurazione dei risultati impiegato: Distinta SIAE, Fattura Albergo e Ristorante, visualizzazioni sui social, mailing list Muselunghe e Touring Club Emilia Nord
- ulteriori indicazioni o elementi che si ritiene di segnalare: Si rimanda agli allegati del quotidiano Libertà  
(sempre in coerenza con i criteri indicati all'art. 8, comma 4 dell'Avviso)