

MARKETING TURISTICO E PAESAGGI SONORI. IL CASO DI “PARMA CAPITALE DELLA MUSICA”

MARKETING TURISTICO E PAESAGGI SONORI. IL CASO DI “PARMA CAPITALE DELLA MUSICA”

I paesaggi sonori studiati dalla geografia includono anche la valorizzazione, all'interno delle strategie di promozione turistica e territoriale, dei profili biografici e artistici dei musicisti. Un caso interessante nella realtà italiana è quello di Parma, dove è stata creata un'apposita fondazione intitolata “Parma capitale della musica”. Negli ultimi anni sono stati costruiti nella città emiliana un nuovo auditorium e un nuovo centro organizzativo denominato “Casa della Musica”. Il 2007 è anche il cinquantenario della morte di Arturo Toscanini, grande direttore d'orchestra nato a Parma, e una fitta serie di iniziative è stata organizzata per l'occasione.

TOURISM MARKETING AND SOUNDSCAPES. THE CASE OF “PARMA, A MUSIC CAPITAL”

The soundscapes investigated by geographers include also the promotion, within the marketing strategies adopted by local stakeholders, of the geographical events and of the artistic production of famous composers and musicians. The city of Parma represents an interesting case, where a special foundation, called “Parma a Musica Capital”, was created. In the last years the city built a new auditorium for concerts and a new center called “The House of Music”. 2007 is also the fiftieth anniversary of Arturo Toscanini's death.

There will be a series of events organized to celebrate the famous music director born in Parma.

1. I luoghi della musica

La musica classica della tradizione occidentale, e in particolare quella del periodo romantico

ottocentesco, è portatrice, nell'immaginario sociale condiviso, di un ricco inventario di immagini ambientali¹. L'iconografia geografica associata al repertorio musicale classico non è fatta solo di immateriali composizioni sonore che ritraggono con le note gli archetipi dell'immaginario spaziale o precise localizzazioni territoriali, come accade ad esempio in *Eine Alpensymphonie* (*Una sinfonia delle Alpi*) di Richard Strauss (1864-1949) o nel celebre poema sinfonico *Ma Vlast* (*La mia Patria*) del compositore ceco Bedrich Smetana (1824-1884). Il rapporto privilegiato fra musica e spazio trova concrete epifanie anche in luoghi che, per eventi biografici o storici, sono presenti nella memoria collettiva come strettamente associati al mondo musicale. È il caso, ad esempio, dei paesi natali di celebri artisti, come nel fortunatissimo contesto di Salisburgo, città che ha dato i natali a Wolfgang Amadeus Mozart (1756-1791) e il cui centro è diventato, grazie a musei, festival, apposito *merchandising*, *marketing*, una sorta di

“Parco tematico mozartiano”. In questa specie di “*Mozart-town*”, ridecorata ad arte nell'arredo urbano e ricondotta il più possibile alle coordinate architettoniche tardo-settecentesche, con musica riprodotta e stereodiffusa pressoché ubiquamente, l'immateriale tessitura sonora delle note mozartiane diventa il fulcro dell'identità territoriale utilizzata nel *marketing* turistico.

2. Marketing turistico e immagini musicali a Parma

Anche in ambito italiano non mancano esempi del concreto impatto che le immagini musicali

possono avere nel mondo del turismo. Basti pensare al ruolo che la stagione lirica estiva ospitata nell'anfiteatro romano, la cosiddetta “Arena”, ricopre oggi come volano del turismo, soprattutto di provenienza mitteleuropea, nella città di Verona. Un caso di particolare interesse è rappresentato dalla città di Parma, che negli ultimi anni ha sempre di più investito energie e risorse nell'immagine di “Capitale della musica”². Se la qualifica

¹ Sui concetti di paesaggio sonoro si rinvia a MURRAY SCHAFER, 1985 e MINIDIO, 2005.

² Questa formula promozionale è anche il nome di una Fondazione, nata nel 2004 su iniziativa congiunta del Ministero per i Beni e le Attività Culturali, del Ministero per le Infrastrutture e i Trasporti e del Comune di Parma per migliorare la qualità, la quantità e il livello di integrazione delle iniziative musicali nella città.



1. Palazzo Cusani, oggi "Casa della Musica", centro polifunzionale che contiene una sala da concerti, un auditorium, sedi di istituzioni ed enti vari legati al mondo della musica (foto Davide Papotti).

di "città d'arte" non appare certamente un *unicum* nel panorama del patrimonio culturale nazionale (Parma è circondata da casi di *marketing* di successo nel settore dell'arte: Mantova, Ferrara, Brescia ecc.), l'immagine di "città della musica" possiede ancora un certo valore di unicità e di originalità. La dotazione di partenza cui attingere per consolidare l'immagine di attrazione turistica è d'altronde di primo piano, e il *marketing* non ha dovuto, in questo caso, arrampicarsi troppo sugli specchi: in provincia di Parma sono nati compositori come Giuseppe Verdi (1813-1901), Ildebrando Pizzetti (1880-1963) Ferdinando Paer (1771-1839), hanno vissuto e lavorato strumentisti come Giovanni Bottesini (1821-1889, nativo di Crema, divenne direttore del Conservatorio di Musica di Parma), hanno avuto i natali direttori d'orchestra come Arturo Toscanini (1867-1957)³. Soprattutto intorno alle figure "maiuscole" di Verdi e di Toscanini si è innestata tutta una serie di iniziative che comprendono mirati interventi edilizi e campagne promozionali *ad hoc*, e che, connotando l'immagine culturale della città, corroborano il binomio "Parma-musica".

I recenti sviluppi nella sottolineatura della vocazione musicale della città hanno basi antiche, e si appoggiano su una solida tradizione, testimoniata sia architettonicamente (basti pensare alla presenza in città di due teatri storici, il Teatro Farnese, costruito agli inizi del Seicento all'interno della corte ducale farnesiana, e il Teatro Regio, edificato sotto il governo di Maria Luigia d'Austria fra 1821 e 1829) sia dalla presenza di un "teatro lirico di tradizione" (il Regio, per l'appunto) e dalla fama di "loggione competente ed esigente" nel campo della musica operistica. La nomea di una città in cui regna una consolidata passione musicale, soprattutto per il repertorio lirico, non è invenzione recente, eppure gli

sforzi di promozione avvenuti nel corso degli ultimi dieci anni sembrano segnare una vera e propria svolta, un salto di qualità nella definizione di questa immagine identitaria. Nei paragrafi successivi ripercorrerò sinteticamente alcune delle iniziative che hanno caratterizzato il consolidamento del marchio di "Parma Capitale della Musica", sottolineando come operazioni di questo tipo abbiano non solo concreti effetti nell'organizzazione urbanistica della città, ma anche forti influenze sull'identità sociale condivisa.

3. Il "Festival Verdi"

Una delle prime iniziative che hanno contribuito ad indirizzare il timone della promozione turistica

di Parma verso la rotta musicale è stata, secondo una progressione caratteristica delle strategie di *marketing*, un'iniziativa temporanea, anche se di natura ciclica. Il "Festival Verdi", dedicato al compositore bussetano, è stato concepito già negli anni Novanta del secolo scorso e, dopo alcune iniziative pilota, ha avuto la sua consacrazione nel 2001, anno del centenario della morte di Verdi⁴. Il Festival si pone sulla scia di una lunga e illustre tradizione, quella delle manifestazioni fondate su una connotazione spaziale, su una specifica aura di autenticità territoriale legata a luoghi di nascita o di lavoro di famosi musicisti e artisti, come avviene nel caso del Festival wagneriano di Bayreuth o del Festival pucciniano di Torre del Lago, tanto per rimanere nel campo della lirica⁵.

Una manifestazione come il "Festival Verdi" rappresenta un notevole volano pubblicitario per la

³ Per un repertorio completo e aggiornato dei musicisti le cui vicende biografiche si sono incrociate con la città di Parma si rinvia al *Dizionario della musica e dei musicisti dei territori del Ducato di Parma e Piacenza* curato da GASPARE NELLO VETRO e ora disponibile anche in rete al seguente indirizzo: <<http://www.lacasadellamusica.it/vetro/index.htm>>

⁴ L'edizione 2007, curata dall'attuale sovrintendente Mauro Meli, si terrà in autunno. Il programma è attualmente in fase di definizione. Per ulteriori informazioni si consulti il sito web della Fondazione Teatro regio di Parma: <<http://www.teatroregioparma.org/index.htm>>.

⁵ Per maggiori informazioni su queste due manifestazioni si vedano i rispettivi siti web: <<http://www.bayreuther-festspiele.de/>> e <<http://www.puccinifestival.it/>>.

città di Parma, con positive ricadute sia per quanto riguarda l'immagine della città nei mass media sia per quanto riguarda il richiamo di turisti.

4. L'Auditorium "Niccolò Paganini"

Le politiche di sviluppo e rilancio dell'immagine musicale della città

hanno coinvolto anche la costruzione di nuovi elementi architettonici destinati a diventare sedi di offerta culturale musicale. Il caso più interessante è quello del recupero di un edificio industriale abbandonato, divenuto il nuovo auditorium per concerti di musica. Appena al di fuori dei viali di circonvallazione che racchiudono il centro storico, all'interno di un'area verde, sorgeva infatti un edificio industriale costruito nel 1899, lo zuccherificio "Eridania". La coltivazione della barbabietola da zucchero nelle aree della bassa pianura circostanti il fiume Po ha rappresentato per decenni una risorsa molto importante per il settore agro-alimentare della regione, progressivamente messa in crisi dalla concorrenza internazionale. La pianura emiliano-romagnola è ancora oggi costellata di questi relitti di archeologia industriale, alcuni dei quali sono stati riconvertiti ad altre destinazioni d'uso (centro commerciale, ad esempio). Lo zuccherificio di Parma era stato costruito in un'area, non distante dalla stazione ferroviaria, intorno alla quale si erano posizionate diverse attività economiche, come lo storico pastificio della Barilla (oggi completamente riconvertito ad uso misto residenziale e commerciale), il Macello Pubblico e il Consorzio Agrario. L'attività industriale dello zuccherificio si era interrotta nel 1968, e la zona era stata destinata a verde pubblico. Il progetto di adattamento dell'ex zuccherificio è stato curato dall'architetto Renzo Piano. I lavori di ristrutturazione, durati dal 1999 al 2001, hanno conservato lo "scheletro" edilizio del parallelepipedo originario, aprendo con larghe vetrate i due lati più corti, intervenendo sulla copertura e modellando una serie di pannelli mobili per migliorare l'acustica. Oggi l'auditorium, che ospita la stagione concertistica, è in grado di accogliere 780 persone ed è fornito di specifici servizi (un monumentale atrio di ingresso con scalinata, camerini per gli artisti, uffici, servizi di guardaroba, sala prova e locali tecnici ecc. L'auditorium è stato intitolato al celebre violinista e compositore genovese (1782-1840), sepolto in una tomba monumentale proprio nel cimitero di Parma.

Come orgogliosamente recita il sito web della Fondazione Teatro Regio di Parma, "l'Auditorium Paganini è il risultato della scelta del Comune di Parma di potenziare il sistema dei teatri e dei contenitori culturali cittadini con una struttura di grande pregio estetico e funzionale,



che pone Parma fra le città italiane più attrezzate dal punto di vista musicale"⁶.

5. La "Casa della Musica"

Il cuore pulsante dell'offerta musicale della città è stato identificato dal Comune di Parma

nel quattrocentesco Palazzo Cusani, situato in pieno centro storico, a poche centinaia di metri sia dalla stazione ferroviaria sia dalla medievale Piazza del Duomo. Anche Palazzo Cusani, già sede della Facoltà di Medicina dell'università di Parma nel corso del secolo diciassettesimo, poi edificio della Zecca durante il periodo borbonico, poi Tribunale nel periodo in cui Parma fu governata da Maria Luigia d'Austria (prima metà dell'Ottocento) e infine edificio scolastico, attivo fino agli anni Ottanta del Novecento, rappresentava un patrimonio edilizio dimesso di cui andava recuperata e rinnovata la funzione socio-economica. La struttura è stata interamente restaurata e l'istituzione "Casa della Musica" è nata nel 2002, con l'intento di

2. Uno dei pannelli mobili di promozione delle attività musicali della città dislocato nel centro storico. L'edificio che si intravede nella parte alta del manifesto è l'auditorium "Niccolò Paganini" in visione frontale (foto Davide Papotti).

⁶ <http://www.teatroregioparma.org/auditorium/auditorium_storia.htm>.



riunire le collezioni archivistiche musicali della città, di dare una sede alle principali istituzioni attive in campo musicale nella città, di promuovere iniziative di divulgazione e di ricerca. Nel 2005 essa è divenuta istituzione autonoma, sia pur finanziariamente dipendente dal Comune, con un proprio consiglio di amministrazione che imposta le politiche di sviluppo. La “Casa della Musica” oggi ospita una biblioteca-mediateca, l’Archivio Storico del Teatro Regio, il museo multimediale “L’opera in scena: viaggio nel teatro musicale a Parma”, il Centro Internazionale di Ricerca sui Periodici Musicali (CIRPeM), la Sezione di Musicologia del Dipartimento di Filologia Classica e Medievale e il Gruppo di Ingegneria Acustica del Dipartimento di Ingegneria Industriale, entrambi facenti parte dell’Università degli studi di Parma, e la sede della Fondazione “Parma Capitale della Musica”.

La struttura edilizia della “Casa della Musica” comprende una sala da concerti per 170 persone, un auditorium capace di ospitare 70 persone, un’aula didattica da 40 posti e infine un chiostro all’aperto che viene usato per concerti durante la stagione estiva. La “Casa della Musica” organizza periodicamente convegni, corsi di alfabetizzazione e cultura musicale (Ladimus – Laboratori per la Divulgazione Musicale), concerti, conferenze, master class, workshop, proiezioni ecc. Nel 2003 la struttura ha avuto circa 24.000 presenze, cresciute a 30.000 l’anno successivo⁷.

Il valore di una struttura di questo tipo risiede soprattutto nella sua capacità di concentrare in un’unica sede istituzioni e servizi che spesso, proprio in virtù della frammentazione istituzionale caratteristica dei centri storici (nei quali i fattori di localizzazione sono legati a vecchie inerzie, a eredità pregresse, a questioni immobiliari ecc.), sono dispersi nel tessuto urbano. La convergenza di istituzioni di ricerca, di raccolta e di divulgazione in un’unica sede fisica permette una miglior collaborazione “orizzontale” e una più complessa architettura “verticale” dell’offerta culturale. Un centro operativo di riferimento e di appoggio ad un’immagine di marca concorre a soddisfare quella “esigenza di un approccio sistema-

tico” che è caratteristica indispensabile per una “filiera culturale” di successo (Lombardo, 1998, pp. 14-15).

6. Le celebrazioni toscanine del 2007

La nuova dotazione infrastrutturale della “Capitale della Musica” rappresenta un contenitore

ideale di partenza, che va poi “riempito” con iniziative e programmi. In questa direzione giocano ovviamente un ruolo prioritario le celebrazioni degli anniversari. Quest’anno, ad esempio, ricorre il cinquantenario della morte del grande direttore d’orchestra Arturo Toscanini, che nacque in una casa popolare dell’ “oltretorrente” (il quartiere storico situato in sponda sinistra del torrente Parma, che divide in due la città) divenuta oggi museo. Proprio il giorno 16 gennaio, anniversario esatto della scomparsa del direttore d’orchestra, la casa-museo, situata in Borgo Rodolfo Tanzi, ha riaperto i battenti al pubblico con un nuovo itinerario espositivo. L’abitazione natale di Toscanini era stata donata al Comune di Parma dai discendenti e aperta al pubblico come museo nel 1967, per il centenario della nascita del maestro. L’attuale allestimento mette in mostra una nutrita serie di documenti, immagini, fotografie riguardanti il celebre direttore d’orchestra e anche oggetti a lui appartenuti. L’esposizione è integrata da un ipertesto dedicato alle vicende biografiche di Toscanini⁸.

Le celebrazioni per l’anniversario toscainiano, che sono già iniziate l’anno scorso e proseguiranno per tutto il 2007, comprendono l’organizzazione di diversi concerti (che riproducono programmi musicali scelti dallo stesso direttore), la pubblicazione di volumi, l’allestimento di mostre (fra le quali “Toscanini e Parma”, che si terrà a Palazzo Sanvitale, sempre nel capoluogo, fra 8 e 24 febbraio, e “Toscanini al Teatro Verdi di Busseto. Suoni, immagini e testimonianze” ospitata nel paese natale del compositore).

7. Conclusioni: geografia della musica e identità urbana

Il caso della progressiva specializzazione dell’offerta turistica della città di Parma nel settore della musica offre

allo sguardo geografico di indagine un’efficace esemplificazione di come “i paesaggi sonori” possano essere parte integrante dell’immagine di marca di una realtà territoriale. I processi

3. Il manifesto che pubblicizza la riapertura della casa-museo di Arturo Toscanini, con il direttore d’orchestra in un ritratto giovanile (foto archivio Casa-museo “Arturo Toscanini”)

⁷ Tutti i dati riguardanti la Casa della Musica sono tratti dal sito web della medesima istituzione, cui si rimanda per ulteriori approfondimenti:
<<http://www.lacasadelmusicait>>

⁸ Per ulteriori informazioni sulla struttura e sul calendario delle manifestazioni toscainiane si rinvia al sito web <<http://www.museotoscanini.it/project/default.asp>>.

innescati dalla promozione turistica e culturale integrata, rivolta congiuntamente ai visitatori e ai cittadini, possiedono concreti riflessi territoriali. La scelta di investire in uno specifico settore porta, ad esempio, alla riqualificazione di edifici e aree dismesse che, in attesa di una nuova destinazione e di una rivitalizzazione, si trovano ad essere integrati in progetti di rilancio tematico quali quelli gravitanti intorno al progetto "Parma Capitale della Musica". Le iniziative di potenziamento dell'immagine musicale di Parma proseguiranno nel corso del 2007 con l'aggiunta di un ulteriore tassello al sistema di esposizioni e musei permanenti dedicati a tematiche musicali: l'apertura del "Museo del suono riprodotto", promosso dal Comune di Parma e in via di realizzazione nei locali della ex-chiesa di Santa Elisabetta, situata a pochi metri di distanza dalla "Casa della Musica". Il percorso espositivo e didattico del museo, unico nel suo genere nel contesto nazionale, illustra l'evoluzione delle tecniche di archiviazione e riproduzione del suono dall'Ottocento ad oggi.

La nuova serie di elementi che andranno ad integrare l'offerta turistica della città contribuirà a rinnovare e diversificare i percorsi turistici, distribuendo ulteriormente nel tessuto storico gli elementi di attrattività e di appetibilità per i visitatori.

Accanto ad una dotazione monumentale "storica" e "tradizionale" che permette alla città di inserirsi nel circuito turistico delle "città d'arte" della pianura padana, si aggiunge così una rinnovata serie di elementi architettonici e funzionali legati al marchio di "Capitale della Musica", che contribuiscono a cambiare il volto della città, consolidando un'immagine di marca già preesistente.

Il recupero edilizio e architettonico di alcuni elementi del tessuto urbano, tuttavia, non è il solo elemento di valore geografico innescatosi intorno al processo di *marketing* turistico. Appare evidente che, in sede di offerta artistica, le proposte musicali e culturali si rivolgono contemporaneamente ai turisti così come ai residenti. I messaggi identitari correlati al progetto "Parma Capitale della Musica" entrano a far parte dell'identità collettiva condivisa della città, e innescano una spirale di interazione stretta fra l'immagine della città percepita dagli abitanti e quella colta dai visitatori. Il *marketing* turistico trova dunque una consistente area di sovrapposizione con la promozione delle "buone pratiche" amministrative e urbanistiche e con il *marketing* territoriale, anche in relazione a tematiche musicali (Minidio, 2005, pp. 93-104). Basti pensare, ad esempio, al marchio di "Parma città cantiere" che appare su tutti i tabelloni dei principali lavori urbanistici che costellano la città: dietro a questo messaggio vi è la volontà di comunicare l'immagine di una città dinamica, in grado di rinnovarsi senza tra-



dire il passato e di cambiare in continuazione la propria offerta (oltre al desiderio di far tollerare meglio gli inevitabili disagi connessi all'apertura di cantieri).

Intorno ai "marchi musicali" della città si sono poi sviluppate iniziative commerciali che pubblicizzano i prodotti tipici della zona con immagini e richiami legate alle figure di compositori e strumentisti. Il motivo dominante della "Capitale della Musica" finisce dunque per estendersi ad altri settori della potenziale offerta turistica della città, come nel caso del comparto enogastronomico, instaurando così un processo virtuoso di riconoscibilità dell'immagine di marca e di efficacia comunicativa dei messaggi promozionali.

In ultimo, l'operazione di *marketing* impostata sul patrimonio musicale della città si collega alla necessità di integrare l'offerta turistica del centro storico con quella della provincia. In questo caso, l'itinerario delle "Terre verdiane"⁹ permette, attraverso la connessione con il luogo natale di Giuseppe Verdi (la frazione di Roncole nel comune di Busseto, oggi ribattezzata ufficialmente "Roncole Verdi") e diverse altre località che hanno un ruolo nelle vicende biografiche del grande compositore, una certa continuità tematica fra ambito urbano e ambito extraurbano, alla ricerca di quegli impalpabili paesaggi sonori che si giovano, per corroborare la propria identità, dei concreti e visibili paesaggi geografici della zona.

BIBLIOGRAFIA

- LOMBARDO M., "I beni culturali tra conoscenza e fruizione. Prospettive e problemi", in R. GROSSI e S. DEBBIA, a cura di, *Cantiere cultura. Beni culturali e turismo come risorsa di sviluppo locale: progetti, strumenti, esperienze*, Milano, Il Sole 24 ORE, 1998, pp. 11-16.
- MINIDIO A., *I suoni del mondo. Studi geografici sul paesaggio sonoro*, Milano, Guerini, 2005.
- MURRAY SCHAFER R. *Il paesaggio sonoro*, Milano-Lucca, Ricordi-LIM, 1985.

Parma, Dipartimento di Scienze della Formazione e del Territorio dell'Università; Sezione Emilia-Romagna.

4. Una delle stanze della casa natale di Arturo Toscanini nel nuovo allestimento museale recentemente inaugurato (foto archivio Casa-museo "Arturo Toscanini").

⁹ Si veda il sito web <<http://www.terre-verdiane.it/>>.