

La Canzone cucinata



Paolo Paci - Conceptor

Michele Ferri - Immagini

Andrea Marzi - Musiche e testi

Andrea Gaudenzi (pianoforte), Roberto Catani (saxofono), Riccardo Bertozzini (chitarra),
Massimiliano Tonelli (contrabbasso), Ivan Gambini (batteria)

Che cosa è La Canzone Cucinata?

La Canzone Cucinata è un progetto estremamente innovativo che coniuga gli aspetti più caratteristici e rappresentativi della cultura italiana: la musica, l'arte culinaria, la pittura, il design e la cultura del territorio.

Rivolta a quanti amano il bello e il buono in tutte le loro forme, *La Canzone Cucinata* riunisce il meglio della creatività di artisti affermati che si sono cimentati, o lo faranno, ognuno con i propri mezzi e la propria arte, nell'espressione di un progetto comune.

Sonorità, immagini, sapori e forme sono gli ingredienti che fanno de *La Canzone Cucinata* un'iniziativa assolutamente innovativa, dalle infinite potenzialità espressive.

Musica

Andrea Marzi, artista dalla raffinata sensibilità musicale, ha dato il via all'operazione, componendo dieci brani originali ispirati al cibo. E' stato affiancato nell'operazione dal paroliere Giovanni Gotti e da "Conoscevo Gaetano" (**Gianluca Del Prete** - pianoforte - al cui posto più tardi verrà **Andrea Gaudenzi**, **Roberto Catani** - saxofono - **Riccardo Bertozzini** - chitarra - **Massimiliano Tonelli** - contrabbasso - **Ivan Gambini** - batteria). Si tratta di un gruppo di musicisti d'estrazione prevalentemente jazzistica, con l'aiuto dei quali Marzi ha curato arrangiamento e registrazione delle canzoni. Ogni canzone narra di una pietanza o di una ricetta citate e celate dall'artista in un testo allusivo e metaforico. L'opera completa stupisce e diverte per la profonda ironia con cui ha saputo raccontare alcuni tra i più conosciuti e apprezzati piatti e prodotti italiani, trasfigurandoli in romantiche e passionali storie d'amore e di vita.

Saporiti, come gli alimenti di cui parlano, i dieci brani solleticano i sensi di chi li ascolta, risvegliandone l'immaginario personale, a seconda dei gusti e della sensibilità, in una girandola di odori e di sapori...dall'antipasto al dolce!

Cibo

Ingrediente base del progetto, il cibo ritorna continuamente, sotto forme diverse, di volta in volta manipolato e interpretato dai protagonisti dell'operazione.

Sia esso il lardo di Colonnata, o l'aceto tradizionale balsamico, o ancora il peperoncino, il polipo, o il tartufo, rappresenta il meglio della produzione territoriale e della gastronomia italiana.

A dieci chef è stato chiesto di creare una ricetta originale ispirata a uno dei brani di Andrea Marzi, si prevedono ulteriori declinazione del progetto con chef di altre nazionalità.

E allora, le sonorità e le immagini create dal musicista diventeranno sapori e odori, liberamente e sapientemente combinati dalla fantasia di chi fa del cucinare un'arte.

Arte

Il pittore Michele Ferri ha realizzato dieci grandi tele direttamente ispirate e liberamente tratte dalle dieci 'canzoni cucinate'.

Con le sue opere, l'artista ha contribuito a tradurre in immagini pittoriche quelle musicali di Andrea Marzi, regalando la propria intima e personale visione delle ricette musicate.

L'opera di Ferri è un fantastico viaggio attraverso caldi cromatismi e accostamenti onirici, a volte dolci a volte piccanti, che esprimono la variegata immaginazione dell'artista.

Territori

L'identità di un territorio è rintracciabile nella sua storia e nei suoi sapori. Ogni paese ha i propri che lo rendono unico e riconoscibile e conoscerlo significa apprezzarne piatti e specialità.

La canzone cucinata è un progetto che fonda sulla territorialità la propria ambizione ad esprimersi e comunicare al di fuori dei suoi confini geografici.

Design

Le dieci canzoni, già reinterperate come ricette e quadri, costituiranno un'ulteriore fonte di ispirazione per quanti vorranno disegnare, o rileggere, gli strumenti necessari per preparare, servire, o consumare le pietanze d'autore.

Ogni ricetta sarà fornita di un utensile che la completerà, la caratterizzerà, e che sarà immediatamente riconducibile alla portata, alle parole e alle note delle canzoni di Andrea Marzi, o ai colori delle tele di Michele Ferri. Forme, colori e materiali saranno gli ingredienti a disposizione dei designer per conferire alla ricetta il proprio tocco personale.

La canzone cucinata: perché partecipare

La canzone cucinata è un progetto straordinariamente versatile, adatto a coinvolgere un pubblico numeroso facendo leva su i diversi interessi e le inclinazioni personali.

Il suo fine è valorizzare le realtà territoriali e l'enogastronomia e promuovere le migliori espressioni della cultura italiana: musica, arte, cucina, design attraverso un'iniziativa-contenitore che gratifica e solletica il gusto estetico di quanti amano le cose belle e quelle buone.

Il progetto è pensato in modo tale, da innescare, una volta avviato, reazioni sinergiche tra le diverse componenti e una conseguente visibilità a caduta tra le parti.

Il meccanismo si autoalimenterà sfruttando le numerose porte di accesso di cui è dotato.

Prodotti editoriali e strumenti di comunicazione

Il progetto, così articolato e poliedrico, può essere comunicato nei modi più diversi e attraverso i più vari prodotti editoriali.

Oltre naturalmente ai cd musicali dei brani di Andrea Marzi, al ricettario con le creazioni originali dei dieci chef, alla riproduzione su diversi supporti delle opere di Michele Ferri, *La canzone cucinata* si presta a coinvolgere, direttamente o trasversalmente, tutte le aziende, gli enti, le associazioni e i professionisti che operano nel mercato del gusto e dei sapori, della tavola e dei casalinghi.

Il progetto può estendersi su più fronti (negozi di dischi, di casalinghi, di prodotti tipici alimentari, di libri, siti internet) determinando un ritorno di visibilità quasi automatico ed esponenziale rispetto allo sforzo iniziale di investimento per la sua promozione.

La canzone cucinata è un progetto che, come una gustosa ricetta, raccoglie e combina i migliori ingredienti della cultura italiana.

I contenuti del progetto, sono pronti per essere innescati su "format on demand", veri e propri "vestiti di marketing su misura" per promuovere aziende o realtà territoriali in Italia e all'estero.

L'obiettivo che il nostro gruppo si pone è quello di innescare, attraverso l'Expo, il sistema di divulgazione all'estero del progetto utilizzando la vetrina di Milano come lancio e come innesco di nuove potenziali relazioni.

Andranno svolte analisi di desiderata marketing con l'interlocutore, valutazione dei budget "base" disponibile e l'analisi del potenziale coinvolgimento di eventuali altri partner "armonici e non concorrenziali" da coinvolgere nel progetto, suggeriti o dall'interlocutore committente o dal nostro gruppo di lavoro.