



**Associazione
Museo del Cioccolato**
www.museocioccolato.it

Proposta di realizzazione di un Museo del Cioccolato

Roberto Caraceni

Sommario

1	Sintesi della proposta	5
2	I musei (aziendali) del cioccolato in Italia	6
3	Caratteristiche e potenzialità del Museo proposto.....	7
4	L'Italia e il cioccolato	8
5	Struttura del Museo.....	9
5.1	Ingresso e biglietteria	10
5.2	Al tempo di Maya e Aztechi.....	10
5.3	Cioccolato, una storia europea.....	11
5.4	Come si lavorava una volta.....	11
5.5	Le aziende storiche italiane.....	12
5.6	Altre aziende italiane	12
5.7	...e all'estero?	13
5.8	La coltivazione del cacao	13
5.9	Come nasce il cioccolato.....	14
5.10	Siamo tutti degustatori.....	15
5.11	Servizi da cioccolata	15
5.12	Cioccolato, antica medicina.....	15
5.13	Cioccolato e amore	16
5.14	Le frasi d'amore.....	16
5.15	Il cioccolato nell'arte, l'arte nel cioccolato.....	17
5.16	Il cioccolato va in guerra.....	17
5.17	Cioccolato e religione	17
5.18	Il lessico del cioccolato.....	18
5.19	Cioccolato e gioco.....	18
5.20	Valori di stato, ma anche.....	18
5.21	Stranezze? Sì, grazie!.....	19
5.22	Cioccolato e salute.....	19
5.23	Aula per didattica e degustazioni	19
5.24	Negozi	20
6	Ruoli e responsabilità delle parti	21
6.1	In carico al Partner	21
6.2	In carico all'Associazione	21
6.3	L'Associazione Museo del Cioccolato	22

1 Sintesi della proposta

L'Associazione Museo del Cioccolato (in seguito "l'Associazione") ha come scopo la realizzazione e la gestione di un Museo del Cioccolato (in seguito "il Museo"). Con il presente documento l'Associazione intende proporre a un Partner (uno o più), che fosse interessato a partecipare al progetto imprenditoriale, di realizzare in Italia il suddetto Museo mediante reciproca collaborazione. In sintesi, si propone che il Museo venga realizzato in collaborazione tra:

- l'**Associazione**, che fornirebbe a titolo gratuito l'intero contenuto del Museo (in termini di oggetti da esporre in mostra) e il relativo "know how" necessario al suo allestimento (organizzazione, testi e immagini per didascalie, pannelli, ricostruzioni, ecc.). L'Associazione si occuperebbe anche della successiva gestione del Museo. Il Catalogo del Museo (in cui sono descritti, fotografati e inventariati tutti gli oggetti attualmente disponibili per l'esposizione) è scaricabile dal sito dell'Associazione stessa, o su richiesta può essere fornito su CD;
- il **Partner** (uno o più) che si farebbe carico, secondo modalità e oneri da definire, delle strutture necessarie alla realizzazione del Museo (principalmente dei locali necessari e dell'allestimento);
- altri eventuali **partner (enti, organizzazioni, aziende, ecc.)** che intendessero partecipare al progetto.

I dettagli relativi alla collaborazione proposta sono descritti nel paragrafo "Ruoli e responsabilità delle parti".

Il sito www.museocioccolato.it è dedicato alla presentazione del progetto museale; sulle sue pagine possono essere visionati alcuni degli oggetti disponibili per l'esposizione ed è possibile scaricare l'intero *Catalogo del Museo* e altra documentazione.

Come verrà meglio descritto nel cap. 3, un museo del cioccolato ha la possibilità di abbracciare un'ampia tipologia di potenziali visitatori: turisti, appassionati, curiosi, famiglie, gruppi e altre tipologie di possibili "clienti". Si presenta come un museo "semplice", per tutti, attraente sia per l'amante della cultura che per il divertimento dei più piccoli, sia per una giornata di svago che per gli amanti di questo cibo, che come è ben noto sono molto numerosi. Un museo quindi in grado di offrire sia aspetti "leggeri" che culturali allo stesso tempo, compiacendo quindi ogni tipologia di visitatore, da coloro che desiderassero una visita poco impegnativa fino a coloro che preferissero invece un approccio più informativo e culturale.

Il Museo che viene proposto sarebbe tra i più completi al mondo nell'ambito del cioccolato, nonché assolutamente unico in Italia. Nel nostro paese sono presenti 4 piccoli musei aziendali sul cioccolato (in realtà non veri e propri musei...), dedicati quindi più alla storia della relativa azienda che non all'alimento in oggetto (vengono descritti nel paragrafo "I musei (aziendali) del cioccolato in Italia"). Il Museo proposto sarebbe l'unico in Italia a trattare tutti gli argomenti legati al cioccolato, l'unico a offrire al visitatore un ruolo non solo di passivo osservatore ma anche di attivo partecipe, proponendo degustazioni, corsi, incontri culturali, ecc. e l'unico che non sia di proprietà di un'azienda. Non solo un museo, quindi, ma un centro di cultura del cioccolato. Il paragrafo "Caratteristiche e potenzialità del Museo" chiarisce questi concetti.

Oggi tutti hanno la percezione di quanto in questi ultimi anni il cioccolato faccia sempre più parlare di sé, basti pensare solo al vertiginoso aumento di manifestazioni a esso dedicate e al crescente numero di articoli e servizi realizzati dai mass media. E anche il relativo volume di affari che si muove intorno al cioccolato sta avendo il corrispondente incremento. In poche e informali parole, il cioccolato "tira" sempre di più. I musei dedicati al Cibo degli Dei vengono visitati da un elevato numero di persone; come esempio, si pensi che il museo di Antica Norba, un piccolo e sperduto centro in provincia di Latina, riceve ogni anno 18.000 visite! Il paragrafo "I musei (aziendali) del cioccolato in Italia" fornisce i dettagli.

Con queste premesse, si può ipotizzare che il Museo qui ipotizzato non solo avrebbe un notevole successo di pubblico e di eco mediatico, ma rappresenterebbe anche un ulteriore elemento di richiamo turistico, nonché un'importante leva pubblicitaria per il territorio.

2 I musei (aziendali) del cioccolato in Italia

Prima di entrare nel merito del Museo che viene proposto, è opportuno un breve cenno sui musei inerenti al cioccolato in Italia, che come detto sono solo di tipo aziendale. Attualmente nel nostro paese ne sono presenti quattro:

Museo Storico Perugina

(www.perugina.com/it/casa-del-cioccolato/la-casa)

Questo museo è orientato alle vicende storiche dell'azienda Perugina ed espone soprattutto materiale cartaceo, come vecchie pubblicità, ritagli di giornale, articoli, vecchie confezioni, ecc. e qualche vecchio macchinario. Dispone inoltre di un piccolo cinema dove vengono proiettati filmati sull'azienda, sulla lavorazione del cioccolato e sulle sue pubblicità. Viene visitato da circa 60.000 persone l'anno, pur trovandosi in una zona fuori dal tipico circuito turistico perugino.

Museo Antica Norba:

(www.museodelcioccolato.com)

Si tratta di un piccolo museo annesso all'omonima azienda composto da una serie di piccole nicchie in cui vengono mostrati alcuni oggetti riguardanti il cioccolato. È un museo dall'aria trascurata, poco professionale, adatto soprattutto ai bambini che infatti rappresentano i principali visitatori. Nonostante si trovi su una sperduta collina laziale in provincia di Latina, lontana dai grandi centri abitati, ottiene circa 18.000 visite annuali!

Museo del cioccolato di Modica:

(www.scoprimodica.it/cosa-vedere/i-musei/museo-del-cioccolato)

Dedicato alla storia del cioccolato modicano, questo piccolo museo mette in mostra oggetti e documentazione che ripercorrono le tracce storiche di questo particolare tipo di cioccolato, con riferimenti alle aziende storiche del piccolo paese di Modica. Due stanze ospitano alcune sculture in cioccolato.

Museo del cioccolato di Silvio Bessone:

(www.cioccolocanda.it/it/i-menu.html)

Piccolo Museo annesso all'azienda che racconta qualcosa sul cioccolato, più che altro tramite pannelli e filmati.

Per una panoramica sui musei del cioccolato nel mondo si veda:

http://www.kramsky-cokoobaly.cz/it/zajimavosti_itl.htm

(viene citato anche un museo Caffarel che in realtà non è un vero museo)

3 Caratteristiche e potenzialità del Museo proposto

I musei del cioccolato nel mondo hanno un numero di visitatori ben più elevato di quanto si possa immaginare, ed è così anche nel nostro paese, come già accennato. Se il Museo fosse ben collocato, non sarebbe azzardato supporre di poter superare facilmente le 100.000 visite annuali. Senza contare poi che questo Museo avrebbe molto di più da offrire rispetto agli altri sullo stesso tema. Ma, come è noto, i benefici di un museo non si misurano banalmente nel numero di ingressi annuali, quanto nell'indotto turistico, mediatico e quindi economico che crea attorno a sé e di cui beneficia l'intera comunità che lo ospita.

Si tratta inoltre di un genere di museo adatto a tutta la famiglia, anche ai più piccoli, caratteristica raramente riscontrabile in altri generi di musei; e allo stesso tempo offrirebbe ai visitatori anche molti aspetti culturali: il cioccolato ha molto da raccontare in termini di storia, tradizione, arte, grafica, socialità, letteratura, tecnologia, nutrizione, scienze, gusto.... Il Museo sarà strutturato in modo da presentare anche piccole curiosità legate al cioccolato, fatti storici particolari e poco conosciuti, eventi stravaganti, così come aspetti più "seri" e tradizionali. Insomma, il cioccolato veramente a 360 gradi! Le tematiche espositive proposte vengono descritte in dettaglio nel cap. 5.

Il cioccolato piace a tutti, incuriosisce e attira sempre di più. L'indotto economico che il cioccolato muove è in costante e rapida crescita non solo nel nostro paese, ne è dimostrazione anche il costante aumento di manifestazioni più o meno grandi che vengono dedicate ormai ovunque a questo alimento. Non solo se ne mangia sempre di più, ma se ne parla, se ne scrive, si partecipa sempre più. Il cioccolato sembra affrontare bene anche il periodo di crisi dovuto dapprima alla trascorsa depressione economica e più recentemente alla pandemia.

Questo Museo vuole essere qualcosa di più di una semplice esposizione di oggetti, potrebbe e vorrebbe infatti essere il fulcro intorno al quale muovere una serie di attività ed eventi, con il conseguente indotto economico. Ecco alcuni esempi delle attività che potrebbero essere organizzate dal Museo:

- Seminari, conferenze, incontri e altro riguardanti l'ampia gamma di rami culturali che il cioccolato abbraccia; come esempio di argomenti trattabili si possono citare gli aspetti nutrizionali, la storia (con agganci alla storia delle popolazioni pre-colombiane, delle conquiste spagnole, del nostro rinascimento, etc.), l'antropologia (la cioccolata ha influenzato in passato usi, costumi e culture), l'archeologia, la religione (la chiesa ha avuto in passato importanti influenze sul cioccolato, primo fra tutti il dibattito durato oltre un secolo per stabilire se la cioccolata rompesse o meno il digiuno religioso), la chimica, gli aspetti economici e commerciali, e molto altro. Questi incontri sarebbero svolti da esperti del settore su invito del Museo o dagli stessi esperti del Museo quando possibile.
- Incontri legati direttamente al cioccolato, ad esempio invitando cioccolatieri o fabbricanti che parlino della loro azienda e che facciano assaggiare i propri prodotti, oppure coltivatori di cacao, ecc.
- Corsi di degustazione del cioccolato (si veda www.corsicioccolato.it), o singoli incontri su uno specifico argomento, degustazioni guidate dedicate a specifiche tematiche, sempre nell'ottica di fare cultura e informazione, ma anche per momenti di piacere conviviale.
- Si potrebbe creare un'associazione o club di appassionati di cioccolato che faccia riferimento al Museo; tale associazione potrebbe svolgere una serie di attività per i suoi soci, e offrire agevolazioni per partecipare alle attività comunque programmate dal Museo.
- Il Museo potrebbe essere presente con un proprio stand alle principali manifestazioni dedicate al cioccolato in Italia e all'estero, pubblicizzando il Museo stesso e le sue attività, e con l'occasione anche l'offerta turistica della città ospitante. Tra le più importanti manifestazioni: *Eurochocolate* a Perugia (www.eurochocolate.com), *CiocolaTò* a Torino (www.ciocola-to.it) e i vari *Salon du Chocolat* (www.salonduchocolat.fr) a Parigi, New York, Mosca, Madrid, e altri.

Al fine di pubblicizzare il Museo e di stimolarne la visita, si potrebbe collaborare con altri enti culturali della zona e con il Comune ospitante per creare un biglietto integrato; inoltre sarebbe opportuno fare rete con locali e alberghi del territorio per stabilire prezzi convenzionati.

4 L'Italia e il cioccolato

Sono molte le città italiane ad avere un legame storico e culturale con il cioccolato, e in generale possiamo dire che il nostro paese ha fatto la storia del cioccolato.

Si pensi, ad esempio, che dopo il suo arrivo in Spagna dalle nuove terre scoperte da Colombo, la cioccolata si diffonde dapprima in Italia e solo successivamente negli altri paesi europei, e non è quindi un caso che proprio il nostro paese abbia fornito un contributo sostanziale alla cultura relativa a questo alimento.

Tra il XVII e il XIX secolo la cioccolata (allora consumata solo come bevanda) era riservata all'aristocrazia e al clero, e veniva consumata negli eleganti locali di Firenze, Venezia, Torino e Roma. Era spesso presente nei più alti ambienti ecclesiastici, e il Vaticano contribuì non poco alla sua diffusione; come esempio, possiamo citare il conclave di 6 mesi del 1740, in cui furono consegnati ai cardinali ben 13 kg di cioccolata! Intanto il Piemonte si affermava come principale area di lavorazione della cioccolata (tradizione viva ancora oggi) in quanto quasi tutto il cacao arrivava dalla Spagna ed entrava nel nostro paese proprio dalla regione piemontese, dalla quale veniva poi indirizzato anche nelle altre zone del paese.

Tra il '600 e '700 si dibatté a lungo sulla questione se la cioccolata in tazza fosse un alimento o una bevanda: nel primo caso sarebbe rimasta la proibizione di non assumerla per le molte persone che all'epoca osservavano digiuni a sfondo religioso, mentre nel secondo caso avrebbe avuto il via libera, costituendo il più nutriente liquido consumabile in tempo di digiuno. Sulla questione intervennero papi, medici, filosofi, religiosi, politici e altri personaggi dell'alta aristocrazia, furono scritti interi libri sull'argomento; alcuni testi originali del '700 sono presenti in catalogo (LA001, LA002, LA003, LA010, LA011). Tale dibattito, molto rilevante per l'epoca, ebbe proprio nel nostro paese il suo asse portante.



In generale sono molte le connessioni storiche che relazionano l'Italia al cioccolato, che sarebbe troppo lungo esporre in questa sede, e molte sono le tracce giunte fino a giorni nostri di questo legame. È fuori dubbio, quindi, che proprio nel nostro paese un vero museo del cioccolato non possa mancare.

Ma il rapporto tra Italia e cioccolato non si esaurisce con gli aspetti storici. Il nostro paese è in prima linea per quanto riguarda, in generale, la qualità del cibo e questo trova un suo riflesso anche sul campo del cioccolato; possiamo infatti vantare un discreto numero di cioccolatieri di alta qualità, e pertanto anche di prodotti di primissimo livello. Ne è testimonianza il fatto che solo in Italia (oltre che in Francia) il cioccolato più consumato è quello fondente, mentre negli altri paesi è quello al latte a vincere la partita. Le conoscenze in tema di cioccolato da parte del consumatore italiano sono in rapida e costante crescita, e con esse anche l'interesse generale per questo alimento.

5 Struttura del Museo

In questo paragrafo viene presentata e proposta la struttura del Museo in termini di contenuti, tematiche e organizzazione. Tale ipotesi presuppone di avere a disposizione tutto lo spazio necessario alla realizzazione di quanto proposto; qualora gli spazi e/o le strutture disponibili dovessero essere inferiori a quanto ipotizzato, entro certi limiti, sarà possibile adeguare di conseguenza l'esposizione del materiale a disposizione. Si stima comunque, anche se a grandi linee, che una superficie adeguata a un allestimento significativo sia di circa 800 mq., incluse le aree tecniche e di accoglienza. Ciò non toglie che l'esposizione possa essere facilmente adattata a uno spazio inferiore così come superiore.

Tutti gli oggetti che attualmente l'Associazione può mettere a disposizione per il Museo sono già descritti e inventariati nel relativo Catalogo. Ovviamente tale insieme potrà essere ulteriormente arricchito e completato da parte dell'Associazione in fase di allestimento, in base alle necessità che potranno essere definite in accordo con i Partner collaboranti. Il Catalogo presenta gli oggetti raggruppati per categorie logiche, per omogeneità tipologica; tali categorie ovviamente non hanno una corrispondenza diretta con le sezioni espositive di seguito descritte. In altre parole, gli oggetti catalogati sotto una determinata categoria potranno trovarsi in parte in una sezione del Museo, in parte in un'altra e in altre ancora.

Si tenga anche presente che, oltre ai singoli oggetti presentati nel Catalogo, il Museo potrebbe esporre anche altri elementi "scenografici", da realizzare; per fare un esempio, si potrebbe riprodurre un angolo di una coltivazione di cacao, con del terreno, una pianta, i frutti, e un coltivatore (manichino) intento ad aprire i frutti.

La struttura del Museo viene presentata divisa in *sezioni*, senza fare ipotesi sulla grandezza di ognuna di esse, da determinare poi in base agli spazi disponibili; ogni sezione potrà corrispondere a un singolo ambiente del Museo, o a uno spazio più ampio o più ristretto a seconda delle caratteristiche della location. Alcune sezioni potranno essere accorpate o viceversa frazionate in funzione dell'organizzazione espositiva che verrà scelta in fase di realizzazione. Queste le sezioni individuate, ognuna delle quali viene descritta nei successivi paragrafi:

1. Ingresso e biglietteria
2. Al tempo di Maya e Aztechi
3. Cioccolato, una storia europea
4. Come si lavorava una volta
5. Le aziende storiche italiane
6. Altre aziende italiane
7. ...e all'estero?
8. La coltivazione del cacao
9. Come nasce il cioccolato
10. Siamo tutti degustatori
11. Servizi da cioccolata
12. Cioccolato, antica medicina
13. Cioccolato e amore
14. Le frasi d'amore
15. Il cioccolato nell'arte, l'arte nel cioccolato
16. Il cioccolato va in guerra
17. Cioccolato e religione
18. Il lessico del cioccolato
19. Cioccolato e gioco
20. Valori di stato, ma anche...
21. Stranezze? Sì, grazie!
22. Cioccolato e salute
23. Sala per didattica, seminari, incontri, corsi, degustazioni, ecc.
24. Negozio

Da valutare l'opportunità di prevedere anche un'area bar/ristoro, la quale costituirebbe sia un servizio per i frequentatori del Museo sia un'aggiuntiva fonte di profitto.

Ovviamente non sarebbe possibile nel presente documento descrivere in dettaglio tutti gli oggetti, presenti in Catalogo, pertinenti a ogni sezione; per ognuna di esse, viene fornita una descrizione di massima della tipologia di oggetti che potrà contenere.

È noto che in generale solo una minoranza dei visitatori di un museo legge il testo associato agli oggetti in mostra, soprattutto se lungo, mentre la grande maggioranza legge al massimo le prime righe. Si suggerisce pertanto di accompagnare l'esposizione con due livelli di didascalie: una sintetica, 3-4 righe, di veloce lettura, e una seconda più dettagliata per chi avesse maggiore interesse all'argomento. Per quanto riguarda le lingue, ogni testo dovrebbe essere presentato almeno anche in inglese.

Ovviamente il testo avrà lo scopo di informare il visitatore, con maggiore enfasi su aspetti particolari e curiosi inerenti al mondo del cioccolato, e cercherà di mettere in evidenza le peculiarità dei pezzi più significativi.

5.1 **Ingresso e biglietteria**

Il primo ambiente del Museo è ovviamente costituito dall'entrata con la biglietteria, un guardaroba, dei bagni e altre eventuali strutture del caso.

Con il biglietto d'ingresso, ogni visitatore potrebbe ricevere una *scheda di valutazione del cioccolato* (per dettagli si veda il par. 5.10) e una barretta di cioccolato da utilizzare per una prova di degustazione; potrebbe inoltre ricevere, eventualmente con un piccolo sovrapprezzo, un seme di cacao, un pezzo di burro di cacao, uno di massa e un volantino che spieghi le loro caratteristiche, come si ottengono e come assaggiarli.

Il percorso museale potrebbe inoltre essere integrato con guide audio o con tablet interattivi; a tale scopo, i relativi ausili tecnologici verrebbero forniti con il biglietto di ingresso.

L'entrata potrebbe/dovrebbe presentare qualche elemento di attrazione per incuriosire e interessare i potenziali visitatori; ne vengono proposti alcuni, ma chiaramente le possibilità sono limitate solo dalla fantasia:

- Tutte le pareti dei locali di ingresso e biglietteria potrebbero essere interamente ricoperte di incarti di tavolette di cioccolato, a mo' di carta da parati. Questo offrirebbe un colpo d'occhio sicuramente particolare e unico nel suo genere. Sono infatti disponibili (elemento a Catalogo con codice MC002) migliaia di incarti di tavolette, quasi tutti diversi tra loro e provenienti da paesi diversi, sufficienti a ricoprire oltre 200 mq di pareti.
- Potrebbe essere esposto all'ingresso il bicchiere di crema spalmabile più grande del mondo, pieno (elemento a Catalogo MI088), è alto 2 metri e contiene una tonnellata di crema spalmabile.
- Una grande fontana di cioccolato potrebbe essere esposta all'ingresso, eventualmente dando un biscotto/grissino a ogni visitatore con cui possa prelevarne un assaggio.
- Si potrebbe allestire un manichino che inviti a entrare nel Museo, vestito con abbigliamento e accessori tutti dedicati al cioccolato: maglietta, cappello, pantaloni, orecchini, borsa, ombrello, orologio e ogni altro particolare avrebbero pubblicità o disegni inerenti al cioccolato. Tali elementi non sono in Catalogo, ma verrebbero comunque aggiunti all'occorrenza.
- In generale, il tema del cioccolato si presta bene per inserire nell'atrio del Museo diversi elementi architettonici e d'arredamento che fungano da primo richiamo attrattivo per i potenziali visitatori.

5.2 **Al tempo di Maya e Aztechi**

La storia del cioccolato è ricca di affascinanti quanto poco note sfaccettature, e si intreccia strettamente con la storia dei tempi. Pensiamo all'affascinante rapporto che le popolazioni meso-americane precolombiane avevano col cacao, considerato prezioso al punto che i suoi semi erano utilizzati anche come moneta. Questa sezione mostra, attraverso oggetti originali e alcune riproduzioni e ricostruzioni, l'uso e la cultura del cacao da parte di queste antiche popolazioni. Vengono illustrati gli attrezzi che Maya e Aztechi usavano per lavorare, servire e bere la cioccolata, nonché alcune testimonianze grafiche dell'epoca relative



all'uso del cacao. Tra i pezzi disponibili sono presenti alcuni metate, diverso vasellame tra cui due contenitori che recano il glifo del cacao, rappresentazioni del Dio del cacao Quetzalcoatl, e altro. Questo materiale potrà essere arricchito con ricostruzioni di scene di uso del cacao da parte delle popolazioni precolombiane, immagini e altro. Con questi elementi è possibile descrivere non solo l'uso e la cultura del cacao da parte di quelle popolazioni, ma anche offrire alcuni cenni alla loro storia e cultura.

5.3 Cioccolato, una storia europea

Dopo l'esordio in centro America, la storia del cioccolato trova in Europa il suo successivo sviluppo. Dapprima in Spagna, quindi in Italia e successivamente nel resto del continente, la cioccolata in tazza, e successivamente quella solida, si diffonde nell'aristocrazia sociale, nel clero, negli eleganti caffè del '700 e '800. Alimento prezioso e poco disponibile, il cacao rimase accessibile a pochi fino al '900 inoltrato, quando, anche grazie allo sviluppo industriale, divenne alimento per tutti. Sono molte le storie legate al cioccolato che percorrono questo importante periodo, storie sociali, economiche, di stile, di tecnologia, di design. Si pensi, ad esempio, che tra il '600 e '700 si dibatté a lungo sulla questione se la cioccolata in tazza fosse un alimento o una bevanda: nel primo caso non avrebbe potuto essere assunta dalle molte persone che all'epoca facevano digiuni a sfondo religioso, mentre nel secondo caso sì, costituendo il liquido più nutriente consumabile in tempo di digiuno. Sulla questione intervennero papi, medici, filosofi, religiosi, politici e altri personaggi dell'alta aristocrazia, furono scritti interi libri sull'argomento; alcuni testi originali del '700 sono presenti in catalogo (LA001, LA002, LA003, LA010, LA011).

Tutto questo viene raccontato attraverso circa 200 oggetti d'epoca (oltre a pannelli descrittivi, immagini, testi, ecc.), tra cui:

- **Antichi libri dal '600 all'800** dedicati al cioccolato, tra cui il primo testo pubblicato in Europa sul cacao nel 1644 da *Antonio Colmenero de Ledesma* (LA023), e il primo pubblicato in Italia sulla fabbricazione del cioccolato scritto da *Mario Spagnoli* (LA004), uno dei rappresentanti della famiglia Buitoni-Spagnoli fondatori della Perugina. A questi testi sono legati importanti eventi storico-sociali, che possono essere raccontati al visitatore.
- **Antica documentazione cartacea:** consiste in numerosi antichi documenti di vario tipo, come editti, leggi, fatture commerciali, lettere, disegni, pubblicità, ecc. che ripercorrono non solo lo sviluppo culturale ed economico del cioccolato, ma tracciano anche l'evoluzione sociale, economica e tecnologica delle collettività di quel tempo.
- **Antiche scatole e tavolette di cioccolato:** confezioni d'epoca, scatole in latta, incarti di tavolette e altri oggetti arricchiscono il racconto storico legato a questo periodo della storia del cioccolato, evidenziando gli sviluppi nel tempo.



5.4 Come si lavorava una volta

Il lavoro di oggi ha ben poco in comune con quello di altri tempi. Anche nella lavorazione di cacao e cioccolato tutto è cambiato e soprattutto i giovani odierni fanno fatica a immaginare come il lavoro potesse essere diverso, più complicato, manuale, meno tecnologico ma anche meno scientifico e poco organizzato. In questa sezione si può vedere e capire, attraverso l'esposizione di circa 150 oggetti del passato, come i cioccolatieri di una volta svolgessero il proprio lavoro. L'esposizione non manca di proporre anche alcune curiosità e particolarità delle antiche tecniche di lavorazione del cioccolato.



Si potranno vedere antiche attrezzature da lavoro, strumenti manuali, vecchi stampi in metallo, alcuni vecchi macchinari, immagini in B/N di vecchie fabbriche e macchinari, distributori meccanici di cioccolato dei primi del '900, documenti aziendali e confezioni di cioccolato che vantano l'uso di macchine a vapore o elettriche, pubblicità di macchinari d'epoca e altro.

In fase di realizzazione del Museo è anche probabile che alcune aziende siano disponibili a cedere qualche loro vecchia macchina da esporre, che potrà così affiancare quelle già in Catalogo.

5.5 Le aziende storiche italiane

Il nostro paese ha scritto pagine importanti della storia del cioccolato e ha dato un fondamentale contributo alla sua diffusione e lavorazione. Non a caso sono moltissime le aziende, grandi e piccole, che si sono dedicate a questo prezioso alimento, alcune con maggiore fortuna di altre, ma tutte con un impatto non trascurabile sullo sviluppo del cioccolato ma anche su quello del tessuto sociale ed economico. In Italia possiamo vantare una grande tradizione in questo ambito, di cui è interessante, ma anche doveroso, conoscere i capisaldi storici, nonché le grandi aziende che ne hanno fatto la storia, tra nomi tutt'oggi famosi e alcuni ormai dimenticati ma non per questo meno degni di menzione.



Questa sezione del Museo ripercorre, attraverso centinaia di oggetti, la storia e la vita delle più importanti e grandi aziende italiane del cioccolato, come Venchi, Perugina, Ferrero, Caffarel, Novi, Pernigotti, Streglio e altre, tracciandone la relativa evoluzione attraverso:



- **Documenti aziendali** come fatture, lettere, assegni, cambiali, certificati azionari, ecc. da metà '800 a metà '900.
- **Confezioni, scatole, incarti** e altro materiale in grado di tracciare non solo la storia aziendale ma anche quella della grafica e dello stile al variare delle epoche.
- **Strumenti di lavoro** dell'epoca.
- **Pubblicità**, che descrivono visivamente sia la gamma dei prodotti che una volta le aziende proponevano che lo stile di comunicazione decisamente diverso da quello odierno.
- **Oggettistica di vario tipo**. Svitati oggetti correlati alle aziende vanno ad arricchire l'esposizione e il racconto storico.

Oltre alle storie aziendali, qui si potranno conoscere anche quelle di alcuni famosi prodotti dell'industria cioccolatiera, come la Nutella, i Baci Perugina e altro.

5.6 Altre aziende italiane

Se le grandi aziende hanno dato un decisivo impulso alla diffusione del cioccolato, non meno importanti sono state, e sono tuttora, le piccole realtà di produzione, a volte anche di livello familiare. In fondo, anche i brand più popolari hanno visto il proprio esordio in piccoli laboratori artigianali. Quest'area espositiva ci offre quindi una panoramica su tantissime piccole aziende italiane di produzione del cioccolato, spesso del tutto artigianali, molte delle quali hanno fatto solo una breve comparsa nel panorama di questo settore che, soprattutto in passato, ha vissuto una certa volatilità. Si tratta in genere di produzioni locali e meno conosciute dal grande pubblico, ma non mancano nomi noti come Peyrano, Gay-Odin, Icam, Zaini.



Una suddivisione per regioni e territori del materiale esposto consente di intraprendere un viaggio virtuale attraverso l'Italia alla scoperta, o riscoperta, di tanti nomi del passato e del presente di ogni area. La tipologia di materiali esposti ricalca a grandi linee quella già elencata nel par. 5.5.

5.7 ...e all'estero?

Il mondo del cioccolato, ovviamente, non si identifica solamente con la nostra nazione. Molti altri paesi, soprattutto europei ma non solo, hanno intrecciato la propria storia e il proprio sviluppo con quelli del cioccolato. Sono molte le testimonianze che ci raccontano vita ed evoluzione del cibo degli Dei in diverse nazioni del mondo. Molte aziende, grandi e piccole, in

Francia, Germania, Inghilterra, Stati Uniti e in molti altri paesi hanno avuto un ruolo importante nell'ambito del cioccolato e alcune lo hanno ancora oggi.

Anche in questo caso le storie di queste aziende non italiane vengono raccontate attraverso centinaia di oggetti quali documenti, scatole, confezioni, incarti, pubblicità ed elementi di vario tipo. È curioso notare come le diverse identità socio-culturali di ogni paese si riflettano anche nella vita e nella tradizione del cioccolato.



5.8 La coltivazione del cacao

Molti dimenticano che il cioccolato è, in fondo, un prodotto agricolo, nasce dai semi del cacao, la cui coltivazione avviene in paesi caldi, tropicali, molto distanti da noi non solo in termini geografici ma anche culturali. Per sapere come nasce una tavoletta di cioccolato, occorre quindi partire da molto lontano, dalla coltivazione della pianta di cacao. Si tratta di un aspetto molto poco conosciuto e spesso sottovalutato, ma per fare una buona tavoletta occorre partire da una buona materia prima, vale a dire da un cacao di qualità. Ne esistono moltissime tipologie diverse, ognuna con le sue caratteristiche e proprietà organolettiche, ma di questo poco si parla e si conosce. Il viaggio che porta al cioccolato inizia dunque sui campi dove si coltiva il cacao, anzi dove si coltivano "i" cacao.

Questa sezione ha proprio lo scopo di mostrare in cosa consista la sua coltivazione, cosa avvenga sui campi di lavoro, come venga processato dopo la raccolta, fino alla preparazione dei grandi sacchi contenenti le fave di cacao che, dopo un lungo viaggio via mare, giungeranno nei laboratori di cioccolateria di mezzo mondo, pronte per essere lavorate. Non mancherà una descrizione delle diverse tipologie di cacao con i relativi riferimenti geografici. Sono tre gli argomenti principali che qui vengono trattati:

- **La piantagione:** immagini, arnesi, frutti del cacao, fave di cacao e altro mostrano come viene coltivato questo frutto, le sue caratteristiche e quelle della pianta, la sua raccolta e apertura, e così via. Ma soprattutto sarà ricostruita, in piccolo ma a dimensione reale, un'area di un campo di coltivazione, con alberi e frutti, dove il visitatore potrà immergersi nella realtà cacaotera. Da valutare la possibilità di realizzare una serra con vere piante di cacao, che dovrà essere installata con gli accorgimenti necessari a mantenere il clima tropicale adatto a queste piante.
- **La fermentazione:** il Museo ospiterà la ricostruzione di un centro di fermentazione in cui si potrà vedere dal vivo e capire in cosa consista la fermentazione del cacao, come venga fatta, quali effetti abbia e cosa comporti. Praticamente sconosciuta al consumatore comune, è in realtà la fase più importante per lo sviluppo degli aromi del cacao.
- **L'essiccazione:** allo stesso modo, la ricostruzione di una struttura di essiccazione farà rivivere questo aspetto della lavorazione del cacao che si svolge nei paesi produttori.

Tutto questo consente al visitatore di toccare con mano ogni momento del lavoro che viene svolto in fase di coltivazione e di post-raccolta. Il tutto viene ovviamente completato con pannelli descrittivi che forniscono tutte le spiegazioni su queste tematiche, e con alcuni filmati che potranno essere



mostrati a ciclo continuo. Disponibili anche alcune vecchie fotografie in B/N che fanno capire come in quasi un secolo i metodi di coltivazione siano praticamente rimasti gli stessi.

5.9 Come nasce il cioccolato

Dopo aver visto la nascita del cacao, è la volta di completare il percorso mostrando tutti i passaggi della lavorazione del cioccolato, a partire dalle fave di cacao ottenute dalla coltivazione fino alla tavoletta pronta per essere commercializzata. In pratica, qui è possibile scoprire come viene prodotto il cioccolato, ma anche capire la funzione di ogni suo ingrediente, conoscere i macchinari usati per la lavorazione, conoscere tutti i passi intermedi e i semi-lavorati facenti parte di questo lungo e complesso processo: tra una fase di lavorazione e la successiva viene esposto il semi-lavorato che viene prodotto dalla prima e che viene passato alla seconda, in modo da rendere esplicita e concreta la trasformazione del prodotto.

Tutto questo viene mostrato sia con reali macchinari sia attraverso immagini e descrizioni. Qualora il Museo dovesse essere realizzato in associazione a una fabbrica/laboratorio di cioccolato, il processo di produzione potrà essere mostrato dal vivo facendo riferimento ai diversi macchinari presenti nell'azienda. In alternativa, i macchinari non presenti a Catalogo potranno eventualmente essere acquistati al momento dell'allestimento o realizzati appositamente in versione "demo". Ecco l'insieme minimo delle tappe del processo (e dei relativi macchinari) che vengono descritte in questa sezione:

- **Tostatura:** il cacao viene tostato con un apposito *tostino*, che può essere anche lo stesso che viene usato per la torrefazione del caffè.
- **Vagliatura:** ai semi tostati viene tolta la buccia, che non deve entrare nel processo. Questo avviene con l'utilizzo di un'apposita macchina che funziona con getti d'aria e griglie.
- **Macinazione:** il cacao viene poi macinato, per essere ridotto a una pasta morbida e fluida, tramite un *melangeur* con grandi ruote che girano all'interno di un contenitore circolare. Si ottiene così la *pasta di cacao*.
- **Pressatura:** una parte della pasta di cacao viene destinata alla produzione di burro di cacao e cacao in polvere. Questi due sottoprodotti vengono ricavati pressando la pasta di cacao contro un filtro a fortissima pressione, tramite appositi macchinari.
- **Raffinazione:** può essere fatta con diversi tipi di macchinari, come *raffinatrici a cilindri* o *mulini a biglie*, e può avvenire in una o più fasi.
- **Concaggio:** è la fase più "poetica" della lavorazione (anche se non viene effettuata sempre), in cui il cioccolato fluido viene mosso continuamente da un rullo all'interno di una conca, con un movimento di andi-rivieni.
- **Temperaggio:** è il processo che conferisce al cioccolato la corretta struttura, con una finitura lucida e omogenea. Può essere fatto a mano ma viene di norma effettuata tramite appositi macchinari.
- **Colatura e stampo:** il cioccolato liquido viene colato negli appositi stampi, dai quali prenderà forma. Una volta solido, viene rimosso dagli stampi stessi.
- **Confezionamento:** infine ogni prodotto viene confezionato, processo ormai del tutto automatizzato a parte rare eccezioni.



Vengono inoltre illustrati tutti gli ingredienti tipici facenti parte delle diverse tipologie di cioccolato, come pasta di cacao, zucchero (di diverso tipo, ognuno con le sue caratteristiche, inclusi i vari dolcificanti sia naturali che di sintesi), burro di cacao, vaniglia e vanillina, lecitina, latte in polvere, nocciole, cacao in polvere. Per ognuno di essi vengono descritte le diverse qualità esistenti, ognuna con le proprie peculiarità e le relative caratteristiche organolettiche.

5.10 Siamo tutti degustatori

È questa una delle sezioni più esclusive del Museo. Qui vengono spiegate le modalità secondo le quali un cioccolato può essere valutato e giudicato, ovvero vengono descritti in dettaglio tutti i parametri tramite i quali la qualità di un cioccolato può e deve essere valutata. In pratica, in questa sezione il visitatore impara, per così dire, a essere un "sommelier del cioccolato". Ovviamente vengono fornite solo le informazioni di base, come è giusto che sia, in quanto una vera capacità di valutazione del cioccolato richiede molto di più di una visita a un museo.

Ora che il visitatore ha imparato molte cose sul cioccolato, è la volta di metterlo alla prova. A questo punto sarà lui stesso a potersi cimentare nelle vesti di degustatore, provando ad assaggiare un campione di cioccolato e a compilarne la relativa scheda di valutazione, proprio come fanno i *Chocolate Taster*. Ovviamente si tratta di poco più di un gioco, dove ognuno potrà mettere alla prova le proprie capacità di degustatore e di conoscenza del cioccolato, e confrontarle con quelle dei propri amici. Per fornire al visitatore un campione di cioccolato e la scheda di valutazione si propongono tre alternative:



- con l'acquisto del biglietto di ingresso (intero) il visitatore li riceve entrambi;
- il visitatore li riceve pagando un piccolo sovrapprezzo sul biglietto di ingresso;
- all'ingresso di questa sezione il visitatore trova un distributore automatico che, a fronte di un modesto pagamento, eroga un campione di cioccolato e la scheda di valutazione.

Alla fine della sezione, il visitatore potrà mettere a confronto i suoi giudizi con quelli "ufficiali" che troverà esposti, per verificare se e quanto sia stato un affidabile degustatore.



5.11 Servizi da cioccolata

Dato che, tra '700 e '800, la cioccolata era un alimento consumato quasi esclusivamente dalle classi più abbienti, i servizi a essa dedicati erano all'epoca altrettanto nobili e ricercati, ma non mancavano comunque le versioni più popolari ed economiche. Si va quindi da quelli più preziosi, in porcellana finemente decorata o in argento lavorato, fino a quelli in rame, peltro, ottone o altro.



Vengono qui esposte numerose antiche cioccolatiere di prestigio, in porcellana o argento, nonché in materiali più poveri. È possibile ammirare anche alcune particolarità come l'Egoiste (cioccolatiere monoporzione, CT008) e cioccolatiere per persone mancine; alcune, inoltre, sono dotate di molinillo per mescolare la bevanda che una volta presentava molti residui che sedimentavano sul fondo. A queste si affiancheranno diverse tazze da cioccolata, in particolare *trembleuse* e *mancerine* in porcellana finemente dipinta; queste tazze furono appositamente studiate per evitare accidentali versamenti della cioccolata che avrebbero rischiato di rovinare i preziosi vestiti delle dame dell'epoca.



5.12 Cioccolato, antica medicina

Fino al '900 si attribuirono a cioccolato e cacao proprietà mediche e curative; spesso venivano prescritti per la cura delle malattie più diverse, come malattie biliari, polmonari, muscolari, ipocondria, emorroidi, tisi, reumatismi, dissenteria, e addirittura colera! Ma venivano usati anche come febbrifughi, vermifughi, purgativi. Per questo erano spesso venduti come farmaci. Ben noto alle cronache era anche il consumo di cioccolato come afrodisiaco, di cui grandi amanti come il re azteco Montezuma, il Marchese de Sade, D'Annunzio e Casanova facevano ampio uso prima dei loro incontri amorosi.





Questa parte del Museo mostra molte testimonianze del curioso uso medicinale attribuito in tempi passati alla cioccolata. Dai purganti e lassativi (molto usati tra '800 e '900) spesso arricchiti col cioccolato che grazie alla sua intensità era in grado di coprire lo sgradevole sentore di medicinale, ai cioccolati e cacao venduti in farmacie e ospedali, dalle millantate proprietà curative del cioccolato al suo uso omeopatico e tanto altro. Non mancano anche testimonianze delle più stravaganti adulterazioni

a cui spesso il cioccolato era soggetto oltre un secolo fa: essendo il cacao molto costoso, veniva in parte sostituito, in modo fraudolento, con polvere di mattoni, fecole, farina di riso o di lenticchie, tuorlo d'uovo, grasso animale, gomma, ecc. Ma il cibo degli Dei era anche reputato una grande fonte di forza muscolare, e per renderlo ancora più energetico e corroborante era spesso addizionato con ferro, lichene, peptoni, osmazoni (sostanze energetiche estratte dai muscoli degli animali), farine di leguminose, ecc.

Tutto ciò viene mostrato attraverso diverse tipologie di oggetti d'epoca, come scatole, tavolette, documentazione, pubblicità, testi e altro.



5.13 Cioccolato e amore

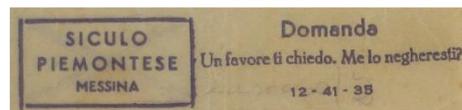
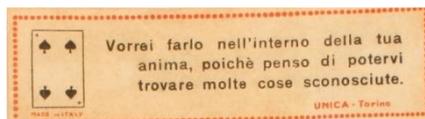
Che il cioccolato sia spesso correlato ai sentimenti è cosa nota da secoli, si pensi solo all'effetto afrodisiaco tanto millantato dalla nobiltà francese, da Casanova ma noto perfino già ai tempi dell'imperatore azteco Montezuma, come già accennato. Ma si pensi anche a quanti cioccolatini sono dedicati all'amore, a quanti ne vengono regalati e scambiati tra innamorati, e a quanto la pubblicità stessa fa leva su questo romantico connubio. Il cioccolato trionfa con l'amore, e l'amore trionfa con il cioccolato. Un legame che viene qui raccontato attraverso cioccolatini, confezioni di cioccolato, scatole, pubblicità, canzoni, film e altro, tramite i quali scorre una narrazione fatta di prodotti e di aziende, ma anche di storie personali. Un'occasione per approfondire il lato più romantico del cioccolato e per scoprire tante piccole peculiarità di questo suo antico rapporto con il più travolgente dei sentimenti.



5.14 Le frasi d'amore

Siamo ancora nell'ambito dei sentimenti, ma merita una sezione a sé stante l'incredibile storia delle frasi d'amore presenti nei cioccolatini dall'inizio dei tempi, o quasi. Oggi tutti conoscono i cartigli con le frasi presenti nei *Baci Perugina*, ma ben pochi invece sanno che, soprattutto in passato, sono state moltissime le aziende che hanno arricchito i propri cioccolatini con bigliettini riportanti frasi di vario tipo, ma quasi sempre correlate all'amore.

Viene qui esposta quella che, con ogni probabilità, è oggi la più vasta collezione al mondo di cartigli dei cioccolatini, a partire dagli albori di questa usanza, nei primi decenni del '900, fino ad oggi. Il visitatore può così ripercorrere non solo la storia di queste frasi d'amore, ma anche, attraverso di esse, scoprire come il tempo abbia via via modificato lo stile grafico, il modo di esprimersi, di relazionarsi con la donna e con i sentimenti: in altre parole, attraverso semplici cartigli è qui possibile tracciare le



evoluzioni del costume e della cultura dell'ultimo secolo. Vengono esposti circa 5.000 diversi cartigli di epoche e aziende diverse, tra cui oltre 3.000 della Perugina e quasi 2.000 di altri brand, quasi tutti attualmente non più prodotti, tra cui Venchi, Pernigotti, Novi, Caffarel, Talmone, Pagliarini, Streglio, Sperlari, Sirca, De Coster e molti altri.

5.15 Il cioccolato nell'arte, l'arte nel cioccolato

Non sono poche le forme d'arte che nel tempo si sono intrecciate con un'altra arte, quella del cioccolato. A dimostrazione di quanto questo nostro amato cibo pervada la nostra vita, anche quella sociale e artistica, vengono qui esposte diverse forme d'arte nelle loro espressioni correlate al cioccolato. Eccone alcuni esempi:

- **cinema**, con diversi film (DVD, videocassette e poster), più o meno noti, in cui il cioccolato gioca un importante ruolo. Qui potrebbe trovare spazio anche la proiezione continua di alcune scene selezionate dalle più note e caratteristiche pellicole sul tema;
- **musica**, con brani in cui il cioccolato è protagonista. Alcune delle più note canzoni potrebbero essere diffuse in sottofondo nell'ambiente;
- **pittura**, con i più noti dipinti in tema di cioccolato; tra questi, una copia a grandezza reale (AR002) del più famoso dipinto in tema di cioccolato: *La bella cioccolataia*, di J.E.Liotard (1743), utilizzato poi da alcune aziende come proprio logo;
- **scultura**, con diverse opere realizzate in cioccolato da maestri cioccolatieri; tali opere non sono attualmente presenti a Catalogo in quanto verranno richieste ai relativi artisti al momento della messa in opera del Museo (anche per via della loro deperibilità);
- **teatro**, con alcuni riferimenti a opere teatrali in cui il cioccolato trova una importante presenza.

Sono attualmente a Catalogo circa 120 opere d'arte correlate al cioccolato.



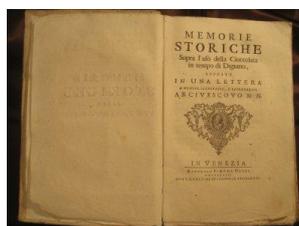
5.16 Il cioccolato va in guerra



È questa una delle sezioni più specifiche e singolari in tema di cioccolato, dedicata al consolidato rapporto tra militari e cioccolato. Difficile da crederci, ma già al tempo dei Maya la cioccolata veniva fornita ai soldati in quanto considerato alimento sostanzioso ed energizzante. Questa relazione privilegiata tra il mondo del cioccolato e quello bellico si è mantenuta fino ad oggi, con le note barrette di cioccolato onnipresenti in nelle "razioni K" delle compagini armate di ogni nazione. Un rapporto che nel tempo ha vissuto diverse vicissitudini, a volte curiose e inattese, le cui tracce vengono ripercorse all'interno di questa sezione. La storia militare scorre parallela a quella del cioccolato, con tanti punti di contatto. Storia che viene narrata mostrando vecchie e nuove razioni di cioccolato militare, testimonianze della presenza del cioccolato in ambito marziale, documenti d'epoca, pubblicità, scatole, ecc. Un percorso che andando di nazione in nazione porta il visitatore a scoprire in che modo ogni esercito interpreta ancora oggi la presenza del cioccolato nelle razioni in dotazione ai militari. Non mancano vere curiosità come le tavolette che non si sciolgono, per le missioni in zone calde, o le scatole di cioccolato che la regina d'Inghilterra Vittoria inviò per il capodanno del 1900 ad ogni soldato inglese che stava combattendo la guerra boera in Sudafrica (SC053). Sono oltre 120 gli oggetti che vengono esposti su questa tematica.



5.17 Cioccolato e religione



Sono da ricercare nella storia i motivi che per molti secoli hanno legato il cioccolato anche alle religioni. Basti pensare al solo "soprannome" del cioccolato: *cibo degli Dei*. Già questo dice tutto. Per le popolazioni meso-americane precolombiane il cacao era di origine divina. In ambito cattolico, la diatriba, oggi risibile, per decidere se la cioccolata in

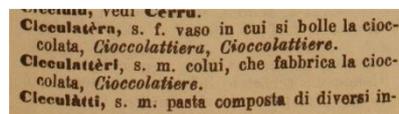


tazza rompesse o meno il digiuno religioso durò quasi due secoli e coinvolse papi, medici, filosofi, intellettuali e politici tra '600 e '700. L'uovo di pasqua è un altro segno tangibile del legame del cioccolato col simbolismo religioso. Legame che in questa sezione viene raccontato, indagato, approfondito. Su questo tema viene esposto materiale di vario tipo, come documenti e libri d'epoca, scatole, confezioni, pubblicità e oggetti diversi.

5.18 Il lessico del cioccolato



I termini *Ciocolata* e *Cacao* hanno una storia lunga e travagliata. Furono conati nel '500 dagli spagnoli, poco dopo la conquista del centro America, i quali "europeizzarono" i fonemi con cui Maya e Aztechi identificavano questi alimenti.



La letteratura dei successivi secoli ci offre varie versioni di queste parole, a volte vere e proprie distorsioni linguistiche, come *Ciocolatte* (senza alcun riferimento al latte), *Chiocolata*, *Caccao*. La terminologia utilizzata nei secoli scorsi non manca di riservare sorprese, a volte con effetti che oggi possono risultarci bizzarri. Documenti commerciali, libri, pubblicità, incarti e altri tipi di oggetti mettono in mostra l'evoluzione storica e di costume del lessico correlato a cacao e cioccolato. Infine, per tornare ai tempi attuali, un pannello mostra ai visitatori come si scrive e si pronuncia la parola *Ciocolato* in 80 diverse lingue.

5.19 Cioccolato e gioco

Il cioccolato è anche elemento di allegria, di socializzazione e gioco, in particolare per i più piccoli. E infatti sono molte le testimonianze presenti in questa sezione che ci ricordano come, soprattutto in passato, questo alimento fosse spesso associato al gioco, al passatempo, allo svago. In particolare, fino a poco tempo fa era diffusa l'abitudine da parte di molte aziende di offrire ai consumatori la possibilità di ottenere premi tramite raccolte punti presenti nei prodotti al cioccolato; in altri casi, con l'acquisto di tavolette o altri prodotti si potevano ottenere direttamente dei piccoli giochi o dei semplici giocattoli. Chi non ricorda gli album di figurine?



Alcune di queste raccolte erano associate proprio all'acquisto di prodotti al cioccolato, all'interno dei quali era possibile trovare le figurine stesse.

Tra memorie del passato e oggetti più recenti, quest'area del Museo consente di scoprire quanto stretta sia, e soprattutto sia stata, la correlazione tra il gioco e il cioccolato. Una tematica che non mancherà di appassionare non solo i bambini ma anche gli adulti, con parecchi richiami ai tempi trascorsi, tra vecchi giochi di società, raccolte punti, concorsi a premi, cataloghi dei regali, figurine e album, fumetti, coupon, modellini di treni, auto, aerei e pubblicità relative a tutto questo. Sono quasi 300 gli oggetti espositivi disponibili per questa sezione.

5.20 Valori di stato, ma anche...

E non poteva mancare anche questa ulteriore curiosità, relativa a come le storie di cioccolato e cacao abbiano pervaso perfino francobolli, monete, banconote, azioni, schede telefoniche. Dai tempi che furono fino a quelli odierni, sono molti i valori emessi dallo stato, o dai privati, dedicati al cioccolato o ad avere comunque riferimenti al cioccolato o al cacao. Si potranno ammirare diverse azioni cartacee emesse nel secolo scorso da aziende di cioccolato,



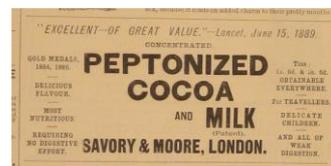
e poi monete, banconote e francobolli con riferimenti al nostro prezioso cibo, alcuni di questi anche di recente emissione, nonché molte schede telefoniche prodotte da compagnie telefoniche di diversi paesi.

Difficile immaginare quanto il cioccolato sia presente e protagonista anche in materiale di questo tipo, eppure si potranno ammirare in questa sezione oltre 200 oggetti relativi a questo tema.

5.21 Stranezze? Sì, grazie!



A volte le particolarità, gli aspetti bizzarri, inaspettati o incredibili lasciano nel visitatore un ricordo particolarmente vivo, facilmente argomento di successivi racconti e passaparola. Sicuramente molte persone usciranno dal Museo portando con sé la memoria di almeno una delle stravaganze esposte in questa sezione, che raccoglie proprio una serie di oggetti inerenti a cioccolato e cacao puntando sulla curiosità e lo stupore che possono sollevare. Difficile tracciare una linea di connessione logica tra i circa 100 elementi presenti in quest'area del Museo, data la loro eterogeneità. Si va dalla scatola di cacao più grande (SC008) e più piccola (SC304) del mondo, al Regio Decreto di



autorizza la vendita di cioccolatini al tannato di chinina contro la malaria (DC198), dal cioccolato con vermi (TC208) o insetti (TC281) a quello dedicato alla fine del mondo (TC149), dalle vecchie pubblicità *politically incorrect* a vecchie tavolette arricchite con strane sostanze, dalla ditta tarantina che vendeva cioccolato, cozze e pesce (DC235) a tavolette dedicate a cantanti o squadre di calcio.... e tanto altro! Per un po' di divertimento e di svago, ma anche per conoscere curiose realtà del passato e del presente. In questo spazio potrebbe essere diffuso nell'aria il profumo del cioccolato.



5.22 Cioccolato e salute

Questa sezione ha lo scopo di informare i visitatori sulle caratteristiche nutrizionali del cioccolato. Sono molte le notizie e le credenze errate che circolano su questo alimento, causate da vecchie tradizioni, influenze religiose e altro. Le informazioni acquisibili in questa sezione in alcuni casi sorprenderanno il visitatore, come ad esempio scoprire falsa la correlazione diretta fra cioccolato e acne, o l'idea che il cioccolato crei dipendenza come una droga; così come potrebbe sorprendere sapere che il cacao protegge dalla carie, che contiene antiossidanti più potenti di quelli del vino rosso, che è tossico per i cani, ecc. Ovviamente vengono anche messe in evidenza le controindicazioni che il consumo di cioccolato può avere in alcuni casi.



La sezione è suddivisa in due parti: la prima descrive le principali caratteristiche nutrizionali del cioccolato e le sostanze in esso contenute (calorie, grassi, sali minerali, vitamine, zuccheri, ecc.), mentre la seconda illustra gli impatti sul nostro organismo per quanto riguarda le tematiche più significative e discusse, come acne, allergie, circolazione e antiossidanti, diabete, digestione, dipendenza, sostanze eccitanti, emicranie, esofagiti da reflusso, salute dentale, ecc.

Tutto questo viene descritto soprattutto con l'uso di pannelli che oltre al testo avranno grafici, disegni, immagini, ecc.

5.23 Aula per didattica e degustazioni

L'aula per la didattica costituirà uno strumento di fondamentale importanza. Sarà infatti indispensabile per svolgere tutte le attività culturali, didattiche, le conferenze, i seminari, gli incontri, e non ultime le degustazioni guidate da un *Chocolate Taster* a cui i visitatori potranno partecipare (per una descrizione delle possibili attività si veda il paragrafo "*Caratteristiche e potenzialità del Museo*"); si potrebbe infatti offrire ai visitatori la possibilità di effettuare una degustazione guidata (pagando un piccolo sovrapprezzo rispetto al biglietto semplice) al termine della visita, durante la quale verrà offerto loro un piatto con diversi assaggi da degustare seguendo le spiegazioni del *Chocolate Taster*. Le degustazioni potranno essere organizzate e proposte anche indipendentemente dalla visita al Museo.

Non è necessario un grande spazio per l'aula, orientativamente dovrebbe essere in grado di ospitare da un minimo di 20 persone ad un massimo di 100 e dovrà essere dotata di videoproiettore e schermo. Ogni posto dovrà essere dotato di un piano di appoggio necessario per svolgere le degustazioni.

5.24 Negozio

Come in tutti i musei, l'ultimo spazio, in uscita, sarà dedicato al negozio tematico. Sono molti i prodotti che possono essere proposti in vendita, eccone alcuni richiami:

- Ampia selezione di tavolette e prodotti al cioccolato di alta qualità e/o di difficile reperibilità, vale a dire non i classici prodotti generalmente reperibili nella grande distribuzione ma cioccolato di eccellenza, tavolette particolari ed esclusive; ogni tavoletta potrebbe essere esposta accompagnata da una piccola scheda che ne riassume le principali caratteristiche (es. tipo di cacao, provenienza, caratteristiche organolettiche, note sul produttore, ecc.). Il personale addetto alla vendita dovrà avere quel minimo di conoscenze necessarie a descrivere ai clienti caratteristiche e differenze dei prodotti. L'intento è di offrire ai clienti una sorta di "cioccoteca" così come per il vino si hanno le enoteche.
- Frutti di cacao, semi, vaniglia, massa di cacao, burro di cacao, e altri semi-lavorati.
- Abbigliamento relativo al cioccolato. Sono molti i capi di abbigliamento e anche gli accessori che possono essere proposti in questo ambito: T-shirt con disegni o frasi sul cioccolato, giubbotti, cappellini, orecchini, cravatte, ombrelli, spille, ecc.
- Cancelleria: penne, blocchetti, calendari, Post-it, ecc. con riferimenti al cioccolato.
- Libri, riviste e DVD sul cioccolato.
- Materiale per la preparazione e il consumo: servizi da cioccolata, cioccolatiere, stampi per cioccolatini e torte, utensili, ecc.
- Gadgets vari, ad esempio portaritratti, orologi da polso e parete, tazze e bicchieri, tovaglie, calcolatrici, portachiavi, calamite, ecc. tutto in tema di cioccolato.

Il cioccolato, nelle sue varie forme, e l'oggettistica in tema "tirano" parecchio; un negozio ben strutturato e organizzato ha tutte le potenzialità per costituire una fonte importante per le entrate del Museo.

6 Ruoli e responsabilità delle parti

Si propone che il Museo oggetto del presente documento venga realizzato attraverso una collaborazione tra la scrivente Associazione e un Partner (uno o più), oltre l'eventuale contributo di terze parti. Prima di dettagliare la proposta nei paragrafi successivi, si sintetizza l'accordo prospettato:

- **L'Associazione** mette a disposizione a titolo gratuito (secondo modalità da definire) l'intero contenuto del Museo, in termini di oggetti da esporre, e tutto il *know how* in tema di cioccolato necessario al suo allestimento. L'Associazione si farebbe inoltre carico della successiva gestione del Museo.
- **Il Partner** che fosse interessato a partecipare al progetto imprenditoriale, con l'eventuale contributo di terze parti, si farebbe carico degli oneri per la realizzazione di tutto quanto sia necessario per la messa in opera del Museo (location, strutture, espositori, impianti, ecc.) a eccezione di quanto esposto al punto precedente.
- **Eventuali terze parti** come associazioni, fondazioni, enti pubblici, aziende private ecc. che intendessero partecipare al progetto potrebbero contribuire in parte alla messa in opera e alla gestione del Museo.
- **Il Presidente dell'Associazione** farebbe comunque parte dello staff del Museo con ruolo dirigenziale.

Seguono nei due paragrafi sottostanti i dettagli dei relativi ruoli e oneri.

6.1 In carico al Partner

In dettaglio, per la realizzazione e gestione del Museo, il Partner (o i Partner) ed eventuali terze parti dovrebbero:

- Mettere a disposizione i locali necessari a ospitare il Museo (per maggiori dettagli sui locali si veda il paragrafo "Struttura del Museo").
- Farsi carico delle spese per l'allestimento del Museo: preparazione degli ambienti, vetrine, strutture, luci, cartellonistica, impiantistica, arredamento, aspetti fiscali e burocratici, ecc. In altre parole, tutto ciò che serve in un museo, tranne i "pezzi" in mostra e le conoscenze in tema di cioccolato necessarie per organizzare l'esposizione.
- Farsi carico di alcune spese di gestione (manutenzione, aggiornamenti, ecc.), secondo modalità da definire.
- Effettuare la relativa pubblicità sui diversi "media", inserendo il Museo anche nel ventaglio delle attività turistiche fruibili nella zona, all'interno dei comuni mezzi di propaganda (brochures, APT, pacchetti turistici, internet, stampa, ecc.).

6.2 In carico all'Associazione

L'Associazione si farebbe carico di:

- Mettere a disposizione gratuitamente (secondo modalità da definire) tutti i "pezzi" da esporre (per i dettagli si veda il paragrafo "Struttura del Museo").
- Mettere a disposizione, sempre gratuitamente, le proprie conoscenze in materia di cioccolato indispensabili alla messa in opera del Museo, ovvero utili all'organizzazione del materiale, alla realizzazione di cartelli, pannelli, didascalie, riproduzioni di ambienti, strutture, ecc. In altre parole, una volta stabilito quali e quanti di questi elementi si vorrà realizzare, l'Associazione potrà svolgere il lavoro per la loro progettazione insieme a un esperto di grafica, architetto, o ad altra figura incaricata, e fornire i testi, le fotografie e quant'altro necessario per la loro preparazione; i costi relativi alla realizzazione fisica di questi elementi non saranno comunque a carico dell'Associazione.

Una volta avviato il Museo, il Presidente dell'Associazione, oltre a svolgere le mansioni previste dal proprio ruolo all'interno del Museo, potrà occuparsi di:

- Relazioni esterne (contatti con aziende, con altri enti, con relatori, coi mass media, ecc.)

- Manutenzione e aggiornamento dei contenuti del Museo (manutenzione degli oggetti, ricerca e acquisto di nuovi oggetti da esporre, aggiornamento informazioni e cartellonistica, etc.)
- Organizzazione e allestimento mostre temporanee su specifici argomenti
- Visite guidate (per gruppi, scolaresche, richieste specifiche, ecc.)
- Organizzazione di eventi all'interno del Museo (svolgimento degustazioni, corsi, incontri, ecc., nonché organizzazione di seminari/incontri tenuti da relatori esterni) e all'esterno (relazioni, corsi, incontri, ecc. per conto del Museo presso altri enti/organizzazioni)
- Coordinamento del personale (biglietteria, negozio, pulizie, ecc.)
- Partecipazione con uno stand del Museo alle principali manifestazioni dedicate al cioccolato in Italia e all'estero.

Ovviamente in fase di definizione del progetto si potranno poi definire al meglio insieme al Partner i rispettivi ruoli e le correlate responsabilità, o comunque trovare uno specifico reciproco accordo.

6.3 L'Associazione Museo del Cioccolato

L'Associazione è stata costituita in data 8/4/2010; Atto Costitutivo e Statuto sono stati depositati presso l'Agenzia delle Entrate. L'Associazione ha sede legale in Trento, via Giuseppina Bassetti 7, CAP 38123. Il Codice Fiscale è: 93218180235.

Attualmente, il Consiglio Direttivo è composto da:

- Presidente: Roberto Caraceni
- Vice-Presidente: Daniela Ambrosini
- Segretario: Umberto Zotta

L'Associazione ha un sito internet avente lo scopo di presentare il progetto museale:

- www.museocioccolato.it

Nella pagina *Contatti* di tale sito sono presenti anche i link per scaricare alcuni importanti documenti, come la presente proposta, l'intero Catalogo della collezione e lo Statuto dell'Associazione.

Il Presidente può essere contattato telefonicamente al +39-349-4772262, o via email all'indirizzo presidente@museocioccolato.it