Heineken Unlimited Edition: milioni di etichette create dall'intelligenza artificiale

foto-heineken-unlimited-edition-7-b2b409ab

Heineken celebra la UEFA Champions League, di cui è partner da 15 anni, e il design rivoluzionando il concetto di edizione limitata e lanciando un nuovo progetto, la Unlimited Edition: milioni di etichette uniche e numerate create attraverso l'intelligenza artificiale. Sono delle opere di design che riprendono nelle tonalità i classici colori verde e rosso, mentre i pattern grafici sono un omaggio alla pop art: il mood stilistico, diverso nei dettagli per ciascuna etichetta, richiama nei motivi geometrici la optical art americana basata sulle illusioni ottiche.

Un elemento che rende "magica" la UEFA Champions League è sicuramente il suo inno: il 92% afferma di ricordarlo e più del 70% pensa che sia una melodia unica ed inconfondibile, in grado di rimanere impressa nella mente. Una musica che suscita emozioni, unique moments, nei tifosi e negli appassionati sin dalle prime note. Heineken rende indelebili quei momenti memorabili e li traduce in qualcosa di visibile e tangibile, trasferendole su ciò che ha di più iconico: la sua etichetta.

Heineken ridisegna e colora la sua iconica stella rossa con dei pattern generati sulla base dalla melodia dell'inno ufficiale. Tecnologia, musica e design si uniscono per dare vita a qualcosa di unico: l'intelligenza artificiale trasforma in segni grafici la "danza" di un algoritmo sulle note del leggendario inno di UEFA Champions League, generando così milioni di combinazioni di linee e forme, declinate nei colori di Heineken rivisitati in chiave "optical": una unlimited edition composta da milioni di pezzi di design unici e numerati.

Il progetto è nato da un concept di Robilant Associati, la Branding Agency leader in Italia, che in collaborazione con gli ingegneri di Studio Evil ha messo a punto per Heineken un software esclusivo e tailor-made. L'originale algoritmo è in grado di generare milioni di etichette uniche sulla base di 1000 pattern progettati ad hoc che si animano sulle frequenze della colonna sonora della UEFA Champions League. Le bottiglie Heineken con etichette speciali, presentate ufficialmente in occasione della Milano Design Week 2019, sono disponibili da aprile.