L’arte in bottiglia per i 100 anni di Coca-Cola

luigi-bona-american-flags-mgbig-164c11f9

Coca-Cola Italia ha deciso di prolungare la permanenza della mostra d’arte contemporanea “L’arte in bottiglia. I primi 100 anni dell’iconica bottiglia Coca-Cola”, presso il Padiglione Coca-Cola in Expo Milano 2015. Per tutti i visitatori dell’Esposizione Universale, quindi, l’opportunità di vedere dal vivo - sino al 4 ottobre 2015 - opere uniche di artisti come Andy Warhol, Howard Finster, Todd Ford e altri artisti contemporanei come Debra Franses Bean, Alberto Murillo, Pakpoom Silaphan e degli italiani Luigi Bona e Daniele Basso, che hanno scelto di reinventare la celebre bottiglia in vetro Coca-Cola.

Tra i tanti nomi stranieri anche quelli italiani come Luigi Bona e Daniele Basso, al quale The Coca-Cola Company ha commissionato un’imponente opera dal titolo “Coke It's Me”, alta 1,75cm e realizzata in acciaio 100% riciclabile e lattine riciclate, per festeggiare la Contour Bottle. Un percorso di scoperta, messo a punto da un curatore d’eccezione come Ted Ryan – Direttore Heritage Communications di The Coca-Cola Company.

“L’arte in bottiglia. I primi 100 anni dell’iconica bottiglia Coca-Cola è un evento volto a celebrare un compleanno importante per Coca-Cola: il centenario della bottiglia in vetro o Contour Bottle che, dalla sua nascita nel 1915, inizia un inarrestabile successo che l’ha portata a diventare un oggetto di culto e icona Pop”, afferma Ted Ryan. *“Ispirata alle curve della fava di cacao, la contour ha conquistato lo status di icona di design, confermato anche dal titolo di miglior oggetto di design mai realizzato: una bottiglia dai tratti così distintivi da poter essere riconosciuta a occhi chiusi o addirittura se frantumata a terra. La mostra è stata pensata per far compiere ai visitatori un viaggio nel mondo di The Coca-Cola Company, attraverso il simbolo che più di ogni altro ha segnato la storia dell’azienda e i suoi successi”* .

La bottiglia di Coca-Cola è una chiara dimostrazione che ci sono muse che non invecchiano: è stata una delle ispirazioni visive del Novecento e continua a farsi largo nell’arte del terzo millennio. Non solo come oggetto di culto, ma come segno grafico universale. Universale nel senso di trasversale: dalle arti ai movimenti, dai generi alle geografie.

Nel 1990 il critico-filosofo americano Arthur Danto scriveva che “la bottiglia di Coca-Cola è una delle forme classiche della sensibilità moderna”. Danto ragionava sull’uso che Wharol aveva fatto negli anni Sessanta delle icone del consumo di massa, ma Warhol non era certo il primo a far entrare la bottiglia nell’estetica dell’arte. Siamo infatti davanti a un fenomeno unico di migrazione di un segno dalla grafica commerciale alla sfera artistica: un fenomeno lungo un secolo.

“Questa mostra è una prova tangibile di come molti artisti Pop si siano ispirati ad essa facendola divenire un’opera d’arte e contribuendo ad affermarla come icona mondiale, con un ruolo importante nella Cultura Popolare non solo delle arti grafiche, ma anche nei film e nella musica” afferma Vittorio Cino, direttore comunicazione di Coca-Cola Italia. *“L’Esposizione Universale è inoltre l’occasione perfetta per celebrarne il Centesimo Anniversario, condividendo con tutti i visitatori l’unicità di una Coca-Cola ghiacciata, ma soprattutto per brindare a questi primi e ai prossimi 100 anni!”*.

Anche il Padiglione Coca-Cola in Expo Milano 2015 rappresenta un omaggio all’iconica bottiglia contour, che ne ha influenzato il concept e gli elementi architettonici. La ritroviamo nelle pareti esterne del lato sud del Padiglione, dove la bottiglia è moltiplicata nelle vele che ne riproducono la silhouette, e all’interno da vera protagonista del Padiglione con un allestimento ad hoc: 840 contour in vetro sabbiato appese al soffitto, ciascuna contenente un led. Inoltre, la bottiglia Coca-Cola è anche il cuore del percorso a tappe, intitolato “Ogni bottiglia ha una storia”, che accompagna il visitatore alla scoperta del mondo Coca-Cola, del suo essere un’azienda globale con profonde radici locali, del suo impegno a favore di stili di vita attivi e della sostenibilità ambientale.

The Coca-Cola Company (NYSE: KO) è il produttore di bevande più grande al mondo e rinfresca i propri consumatori con oltre 500 brand di bevande gassate e non gassate. Oltre a Coca-Cola, l'azienda vanta altri marchi nel proprio portafoglio prodotti per un valore di oltre 20 miliardi di dollari, fra cui Coca-Cola light, Fanta, Sprite, Coca-Cola Zero, vitaminwater, Powerade, Minute Maid, Simply, Georgia, Dasani, Fuze Tea e Del Valle. A livello mondiale, The Coca-Cola Company è al primo posto nell’offerta di bevande gassate, caffè pronti da bere, succhi e bevande a base succo. Grazie al sistema di distribuzione di bevande più vasto nel mondo, i consumatori di oltre 200 paesi scelgono le bevande di The Coca-Cola Company a un ritmo di 1.9 miliardi di consumazioni servite ogni giorno in tutto il mondo. Con un impegno continuo nel costruire un sistema sostenibile, la nostra azienda è concentrata su iniziative volte alla tutela dell’ambiente, alla promozione di stili di vita attivi, alla creazione di un ambiente di lavoro sicuro per i dipendenti e al miglioramento dello sviluppo economico delle comunità nelle quali opera. Insieme ai nostri partner imbottigliatori, siamo tra le prime 10 aziende al mondo con più di 700 mila dipendenti.