

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 Warhol 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 imbottiglieri, siamo tra le prime 10 aziende al mondo con più di 700 mila dipendenti.