

{gallery}CIBO-IMMAGINARIO{/gallery}

#### SCHEDA TECNICA

Titolo:	<i>Il Cibo Immaginario. 1950- 1970 Pubblicità e immagini dell'Italia a tavola</i>
Data:	3 dicembre 2013 – 6 gennaio 2014
Luogo:	<a href="#">Palazzo delle Esposizioni</a>
Orario:	domenica, martedì, mercoledì, giovedì: 10 – 20. Venerdì, sabato: 10 – 22,30. Lunedì: chiuso
Prezzi:	Intero € 7.50; ridotto € 6.00
Sito web:	<a href="#">Cibo Immaginario</a>
A cura di:	Marco Panella
Organizzazione:	Artix
In collaborazione con	Coca-Cola Italia, Gruppo Cremonini e Montana

## COMUNICATO STAMPA

*Il Cibo Immaginario. 1950- 1970 Pubblicità e immagini dell'Italia a tavola*, mostra ideata e curata da Marco Panella, prodotta da Artix in collaborazione con Coca-Cola Italia, Gruppo Cremonini e Montana, racconta venti anni di vita e costume italiani attraverso iconografia, stili e linguaggi della pubblicità del cibo e dei riti del mangiare.

Oltre 300 immagini, rendono fruibile per la prima volta al grande pubblico un percorso ragionato che recupera un giacimento culturale che ha segnato la modernità italiana; immagini da osservare una ad una, cogliendone l'evoluzione dei paradigmi di comunicazione e, soprattutto, la portata evocativa ed emozionale; una storia visiva suggestiva, nella quale rintracciare i segni del cambiamento di un'Italia che corre veloce dalla Ricostruzione fino all'Austerità e che, nel cibo e nei modi del mangiare, trova un media fortissimo e misura il suo affrancamento sociale.

*“Il punto di osservazione scelto per il racconto de Il Cibo Immaginario”, dichiara Marco Panella “è quello della memoria e del linguaggio estetico delle pubblicità del cibo che hanno sorriso agli italiani dalle pagine dei rotocalchi, testate con milioni di copie vendute a settimana e che offrivano ai lettori una straordinaria sintesi tra informazione e lettura popolare d'evasione. Da quelle pagine, le pubblicità del cibo precorrevano i tempi, ne esaltavano le tendenze, alimentavano un sistema di ambizione e di rincorsa sociale e, viste oggi, a distanza di decenni, ci restituiscono intatta l'immagine di una Nazione che aveva fiducia in se stessa e che, pur con tutti i suoi tratti d'ingenuità, era in cammino verso la modernità”.*

Il linguaggio espositivo de *Il Cibo Immaginario* è quello dei materiali cartacei sopravvissuti e recuperati dalla

dispersione, cercati e trovati nelle case e nelle cantine, nei mercatini del piccolo modernariato e sui siti di aste telematiche, materiale povero e al tempo stesso ricco di vita vissuta: riviste, dalle quali sono state tratte le inserzioni pubblicitarie, e poi depliant, cataloghi premio, agende per la casa, calendari, locandine, cartoline illustrate, fotografie,

figurine, fumetti e, a completamento della memoria cartacea, una selezione di piccole latte pubblicitarie, oggetti ed utensili promozionali di quando la parola gadget non era ancora entrata nell'uso quotidiano.

L'impianto culturale della mostra ha raccolto le immagini in dodici grandi temi: dall'Italia che cambia il suo paesaggio domestico con nuove forme, oggetti e colori all'Italia dei baby boomer, dall'Italia del tempo libero all'Italia degli intenditori, dall'Italia che sogna con i concorsi a premio all'Italia che scopre il risparmio e le offerte speciali, dall'Italia che seduce all'Italia in famiglia.

In ultimo, a fine percorso, 28 fotografie restituiscono l'immagine dal vivo di com'era l'Italia alla quale quelle pubblicità parlavano e che, anche attraverso quelle pubblicità, sognava il suo futuro.

*“Dal punto di vista pubblicitario, venti anni significano una produzione iconografica sterminata e l'evoluzione di stili completamente diversi. La scelta finale delle immagini è stata faticosa e spesso cambiata sino all'ultimo minuto utile, facendo prevalere a volte la logica ed altre la passione”* continua Marco Panella *“e il tempo passato a cercarle ed a sceglierle è stato un tempo scandito dall'incontro con la creatività degli illustratori, dei grafici, dei pubblicitari che hanno saputo inventare linguaggi e suscitare emozioni. Grandi firme alcuni, meno noti altri e sconosciuti altri ancora, tutti, però, veri artisti dell'immaginario ai quali va indistintamente il tributo di questo lavoro, che ha la pretesa di raccontare un po' d'Italia e l'ambizione di far sorridere”*.

Un lavoro che è stato accolto, recepito e sostenuto da due protagonisti dell'immaginario del cibo, Coca-Cola Italia e il Gruppo Cremonini.

*“Coca-Cola è un'azienda internazionale fortemente radicata sul territorio italiano, e per questo siamo orgogliosi di partecipare al progetto di Cibo Immaginario”* dichiara Vittorio Cino, Direttore Comunicazione e Relazioni Istituzionali di Coca-Cola Italia *“Attraverso le pubblicità, questa mostra celebra due decenni di storia e di valori del nostro bellissimo Paese. Anni di grande fermento, di cambiamenti sociali e di fiducia nel futuro, che Coca-Cola ha accompagnato con i valori positivi che da sempre contraddistinguono la marca. Siamo una delle più grandi aziende al mondo, e siamo consapevoli del ruolo che possiamo e dobbiamo ricoprire nelle comunità nelle quali operiamo. Per questo, oggi come allora, con le nostre pubblicità e tutte le nostre azioni, desideriamo condividere la nostra visione del mondo, promuovendo un cambiamento positivo nelle persone.”*

*“Il marchio Montana è stato un protagonista assoluto nella storia della comunicazione d'impresa in Italia”* dichiara Luigi Scordamaglia, Amministratore Delegato In.al.ca (Gruppo Cremonini) *“dalle iniziali campagne alla*

*fine degli anni '50, al primo spot tv curato da Paul Campani, fino alla nascita del "Gringo", nel 1966, un personaggio entrato profondamente nell'immaginario collettivo, al punto da tornare protagonista anche nelle campagne pubblicitarie più recenti. Per questo riteniamo che la mostra sul "Cibo immaginario", oltre ad avere un forte significato storico, offre alle aziende nuovi spunti e incoraggiamenti creativi per portare oggi le eccellenze alimentari italiane nel mondo in un mercato che è diventato globale" .*

## RASSEGNA STAMPA

{phocadownload view=filelist|id=3|limit=20}

## RASSEGNA VIDEO

[spvideo]http://www.youtube.com/watch?v=2YEFzaDH  
HO4[/spvideo]