

IL CIBO IMMAGINARIO

1950 - 1970

Pubblicità e immagini dell'Italia a tavola

12 APRILE > 15 GIUGNO 2014

PARMA > PALAZZO DEL GOVERNATORE



ARRIVA A PARMA LA GRANDE MOSTRA

CHE RACCONTA LA MODERNITÀ ITALIANA ATTRAVERSO LE PUBBLICITÀ DEL CIBO

Il Cibo Immaginario. 1950- 1970 Pubblicità e immagini dell'Italia a tavola, la mostra ideata e curata da **Marco Panella** e prodotta da **Artix** in collaborazione con **Coca-Cola Italia**, **Gruppo Cremonini** e **Montana** arriva a Parma dove, grazie al patrocinio ed alla collaborazione del **Comune**, dal 12 aprile al 15 giugno sarà ospitata al **Palazzo del Governatore**, nel cuore della città.

*“Abbiamo accolto volentieri la proposta di ospitare la mostra **Il Cibo Immaginario** come tassello ulteriore della volontà di arricchire la valorizzazione dell'ambito agroalimentare, così legato al nostro territorio, con elementi culturali e sociali di forte impatto. Un'esposizione curiosa, adatta ad un pubblico ampio, in grado di affascinare i bambini di oggi come quelli di ieri, in un percorso sicuramente evocativo di momenti e ricordi che fanno parte di un racconto ancora di grande interesse”* dichiara l'Assessore alla Cultura del Comune di Parma **Laura Maria Ferraris**.

“Essere a Parma, città simbolo delle eccellenze alimentari e dello stile del gusto, non è una pura casualità, ma una scelta fortemente voluta” dichiara il curatore **Marco Panella** *“per sottolineare quanto importante e decisivo sia stato – e sia tuttora – il rapporto tra alimentazione e pubblicità nel miglioramento della condizione sociale italiana”*.

Il Cibo Immaginario – che al Palazzo delle Esposizioni di Roma ha registrato 33.000 visitatori – racconta venti anni di vita e costume italiani, dalla Ricostruzione sino alle soglie all'Austerità, attraverso icone e linguaggi della pubblicità del cibo e dei riti del mangiare. **Oltre 400 le immagini pubblicitarie** a disposizione del pubblico – **circa 100 in più rispetto all'edizione romana** – 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 nella pubblicità trova una sua rappresentazione mediatica profonda e la misura del 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 che hanno sorriso agli italiani dalle dai rotocalchi, testate con milioni di copie vendute a settimana, e dalle cui pagine le pubblicità precorrevano i tempi, ne esaltavano le tendenze, alimentavano un sistema di ambizione e di rincorsa sociale; pubblicità che 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 della carta e degli oggetti 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; **le 400 immagini del percorso visivo, infatti, sono completate da circa 200 oggetti** tra riviste, depliant, cataloghi premio, agende per la casa, calendari, cartoline illustrate, fotografie, figurine, fumetti, latte pubblicitarie e piccoli utensili promozionali di quando la parola *gadget* era ancora estranea all'uso quotidiano.

Con il Patrocinio di



COMUNE DI PARMA

Ideazione e Produzione



IL CIBO IMMAGINARIO

1950 - 1970

Pubblicità e immagini dell'Italia a tavola

12 APRILE > 15 GIUGNO 2014

PARMA > PALAZZO DEL GOVERNATORE



Dodici grandi temi segnano l'impianto culturale della mostra: dalle nuove forme del paesaggio domestico all'Italia dei baby boomer, dall'Italia che scopre il valore del tempo e del tempo libero all'Italia degli intenditori che affina gusti e scelte, dall'Italia che sogna con i concorsi a premio all'Italia che rincorre il risparmio delle offerte speciali, dall'Italia della seduzione all'Italia delle famiglie e, in ultimo, a corollario del linguaggio pubblicitario, l'Italia dal vivo ritratta in 30 fotografie che restituiscono volti e figure di quell'Italia alla quale le pubblicità parlavano e che, anche attraverso quelle pubblicità, sognava il suo futuro.

“Dal punto di vista pubblicitario, venti anni rappresentano una produzione iconografica vastissima e l'evoluzione di stili completamente diversi. Dovendo scegliere tra immagini di grande forza suggestiva, la selezione è stata faticosa, orientata a volte dalla logica ed altre dalla passione” continua **Marco Panella** *“gratificata, però, 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, 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”*.

“Coca-Cola è un'azienda internazionale fortemente radicata nel territorio italiano, e per questo siamo orgogliosi di continuare – dopo il successo della mostra a Roma- a partecipare anche qui a Parma al progetto di Cibo Immaginario” dichiara **Vittorio Cino, Direttore Comunicazione e Relazioni Istituzionali Coca-Cola Italia**. *“Attraverso le pubblicità questa mostra celebra venti anni di grande fermento, cambiamenti sociali e fiducia nel futuro, che Coca-Cola ha accompagnato con i valori positivi che da sempre contraddistinguono la marca. Oggi come allora, con le nostre pubblicità, desideriamo condividere la nostra visione del mondo, promuovendo un cambiamento positivo nelle persone”*.

*“Montana - spiega **Claudia Cremonini, Responsabile Relazioni Esterne del Gruppo Cremonini** - è uno dei marchi italiani più noti nella storia della comunicazione pubblicitaria nel nostro Paese, e non poteva mancare anche alla seconda edizione della mostra di Parma. Un'azienda tutta italiana, fondata nel 1941 e rilanciata negli anni '90 dal Gruppo Cremonini”* - prosegue Claudia -, *“protagonista delle indimenticabili campagne pubblicitarie di Carosello caratterizzate dal "Gringo", che hanno accompagnato non solo l'evoluzione delle abitudini alimentari degli italiani ma anche la storia della pubblicità, così ben raccontata da questa mostra. La comunicazione di Montana è un esempio di come sia cambiato il linguaggio delle immagini e degli slogan pubblicitari e di come continuare ad innovare attingendo al patrimonio storico della marca facendo diventare “cool” un prodotto di facile consumo che oggi è anche capace di rispondere alle moderne esigenze alimentari.”*

Ufficio stampa: Elisabetta Castiglioni per Artix - Tel/Fax 06.3225044 – 328.4112014 elisabetta@elisabettacastiglioni.com

Info: artix@artixcom.it www.ciboimmaginario.it

Orari: dal martedì alla domenica, dalle 11.00 alle 19.00. Ingresso consentito sino alle 18.30. Lunedì chiuso

Aperture straordinarie: 21 e 25 aprile, 1 maggio, 2 giugno

Biglietteria: Intero 8 euro. Ridotto 6 euro (over 65 e under 18)

Con il Patrocinio di



COMUNE DI PARMA

Ideazione e Produzione

