



Yvonne Sció sorseggia, in esclusiva per *Vanity Fair*, la nuova Coca-Cola Light griffata dallo stilista fiorentino.

Messaggi d'amore

«Sono convinto che se tutto finirà come nel *Pianeta delle scimmie*, gli aranghi a cavallo non rinverranno la Statua della Libertà semisepolta in una spiaggia, ma alcune bottiglie di Coca-Cola. Sinuosa come il corpo di una donna, solida come l'anima delle donne, la bottiglia è perfetto simbolo di femminilità. Quella che piace a Roberto Cavalli che l'ha sapientemente vestita e, nel mio piccolo, anche al sottoscritto - modesto collezionista di bottigliette di Coca-Cola. Ne possiedo venti, tutte molto decorate».

Giuseppe Di Piazza, direttore di *Corriere della Sera Magazine*

«Per essere bella è bella. E non c'è da stupirsi, visto che la nuova bottiglia della Coca-Cola Light vede la luce con Mercurio, Venere e Marte nella Bilancia, segno esteta per eccellenza, simbolo della raffinatezza (talvolta glacial-stalattitica), che... cola da ogni poro. Per lo più nasce il primo settembre, sotto il segno della Vergine. Con la Luna nello stesso segno. E siccome sostengo da sempre che la Vergine sia il segno più suino dello zodiaco (ex aequo col Capricorno), magari, insieme a quella bianconero-zebrata e maculato-tigrata, una bella bottiglia "rosato-maialata" ci sarebbe stata bene. Se solo Cavalli m'avesse interpellato...».

Antonio Capitani, astrologo

«Sinuosa, con le curve al punto giusto: questa bottiglia è chiaramente una metafora del corpo femminile. Con un tocco contemporaneo in più: le stampe animalier che trasmettono subito determinazione, voglia di essere sexy. È come se una donna, bevendone, ne facesse proiezione di se stessa».

Marco Rossi, sessuologo



Dalle passerelle

Tre ispirazioni animalier per il prossimo A/I, dalle collezioni dello stilista. Dall'alto, in senso orario: abito di seta Just Cavalli; cappottino, Roberto Cavalli; abito plissé tigrato, Class Roberto Cavalli.



Tutti i packaging limited edition di Coca-Cola Light creati finora. Da sinistra: i primi tre modelli pop creati da Elio Fiorucci nel 2003 e gli altri due ideati dal creativo nel 2005; la bottiglia decorata per 10 Corso Como nel 2005 e quella con decori-gioiello per Pasquale Bruni del 2007. Infine le versioni, maculata e zebrata, create da Roberto Cavalli.