

“Che tratto originale, ti pare? Guarda quella P...sembra elastica, di gomma”: sono le parole che hanno dato il via alle celebrazioni dei **150 anni di Pirelli**, con la regia del Piccolo Teatro di Milano, dove un racconto teatrale ha riunito testimonianze, voci e immagini per rappresentare una storia di industria, cultura, costume, tecnologia e passione, iniziata il 28 gennaio 1872.

A ripercorrere i momenti più significativi sono stati Ferruccio De Bortoli, Stefano Domenicali, Paolo Mieli, Renzo Piano, Ferruccio Resta e Annamaria Testa, a fianco del Vice Presidente Esecutivo e Ceo, Marco Tronchetti Provera, e di Alberto Pirelli, testimone del legame fra la famiglia e l'azienda.

L'evento, condotto da Ilaria D'Amico, ha raccontato un percorso che attraversa tre secoli vissuti da Pirelli nel segno di ciò che la distingue maggiormente: la dimensione internazionale, le fabbriche, il rapporto con la cultura e con gli artisti, la creatività nella comunicazione, la presenza nello sport e nel motorsport, la costante ricerca di innovazione e l'avanguardia tecnologica.



“Oggi abbiamo voluto percorrere insieme un viaggio nella storia guardando al futuro. Anticipare il cambiamento è quello che Pirelli fa da 150 anni grazie alla solidità della sua cultura di impresa e al suo saper essere sempre protagonista del presente. Elementi che oggi ci consentono di arrivare a questo traguardo con un brand affermato in tutto il mondo. Ci è sembrato importante condividere questo racconto con la nostra città, il nostro Paese e con tutte le realtà e le comunità internazionali con le quali quotidianamente ci confrontiamo. Un grazie a tutte le 30mila persone che ogni giorno in Pirelli costruiscono la nostra storia”, ha affermato **Marco Tronchetti Provera**, Vice Presidente Esecutivo & CEO di Pirelli.

Il logo celebrativo e il countdown internazionale

Il logo creato per i 150 anni, svelato lo scorso novembre in occasione del lancio del Calendario Pirelli 2022 di Bryan Adams, è stato protagonista nei giorni scorsi al Rally di Montecarlo, dove ha decorato la livrea della vettura che ha compiuto il giro inaugurale del circuito, sulle piste e sui pettorali della Coppa del mondo di sci a Cortina e a San Siro nella partita Inter-Venezia. E nell'arco dell'anno continuerà a essere celebrato nelle sponsorizzazioni Pirelli. L'evento del Piccolo è stato anticipato anche da un countdown internazionale che ha preso il via il 24 gennaio da Rio De Janeiro ed è proseguito nei giorni successivi con la proiezione del logo e degli auguri sui 180 metri della CITI Tower a Shanghai e con un'animazione tridimensionale sulla Nasdaq Tower di Times Square a New York, e su palazzo Venezia che si affaccia tra Via dei Mercanti e Piazza Cordusio a Milano. Il video mostra un pneumatico tridimensionale che corre lungo una discesa e si ferma prima di fuoriuscire dallo schermo, rappresentando perfettamente il payoff di Pirelli "Power is nothing without control". Il video si chiude con il logo e gli auguri per i 150 anni.



Al Piccolo Teatro un racconto di storia, industria, sport e innovazione

La Storia Sul palco del Piccolo Teatro, immersi in una scenografia composta da cinque grandi schermi, quattro attori hanno raccontato Pirelli partendo dalla sua storia. Immagini, video, foto del passato e del presente si sono alternati alle voci degli attori, che hanno ripercorso le tappe dell'azienda insieme a Ferruccio De Bortoli, Paolo Mieli, Alberto Pirelli e Marco Tronchetti Provera. Un dialogo incentrato sulle figure di Leopoldo Pirelli e di suo padre Alberto, anche attraverso il ricordo del nipote, e sul ruolo dell'azienda nella modernizzazione e industrializzazione del Paese. Sui suoi successi, ma anche sulle inevitabili difficoltà incontrate sulla sua strada. Un percorso, quello di Pirelli, che prende il via il 28 gennaio 1872 da Giovanni Battista Pirelli, che a soli 23 anni scommette su qualcosa di assolutamente nuovo: la gomma.

All'inizio l'azienda produce isolanti per telegrafi e cavi che connettono i punti più lontani di un'Italia appena nata. Cresce rapidamente in tutto il mondo e realizza oggetti d'uso quotidiano (dalle cuffie ai giocattoli fino agli impermeabili) e coperture per carri e bici in risposta alle prime forme della nuova mobilità. Fin dalla nascita concentrata sull'innovazione, la società punta su prodotti che diventano simboli anche dello sviluppo del Paese. Così come uno dei simboli di Milano diventa il Pirellone, il moderno grattacielo che negli anni '60 ospita l'azienda prima del trasferimento del suo Headquarters in Bicocca, oggi un vero e proprio campus aziendale.

Anche per Pirelli, però, non mancano gli ostacoli: le mancate fusioni, negli anni '90, con

Dunlop e Continental e il progetto di integrare reti e contenuti nelle telecomunicazioni, perseguito all'inizio degli anni Duemila con Telecom Italia e naufragato per ingerenze esterne. Crisi sempre superate ripartendo dal core business che porta l'azienda a focalizzarsi sui pneumatici. L'internazionalità Internazionale, Pirelli, lo è da sempre. Ed è proprio su questo aspetto che è proseguito il racconto. Nata a Milano, si è trasformata rapidamente in una multinazionale, al punto da essere considerata inglese nel Regno Unito, brasiliana in Brasile, americana negli Stati Uniti... Una vocazione che si trova già nei viaggi del suo fondatore prima e dei suoi figli, Alberto e Piero, poi. L'identità è quella di una multinazionale con solide radici in Italia, relazioni industriali d'avanguardia, cura per il welfare e per la formazione.



Sono proprio questi alcuni dei temi affrontati con Ferruccio De Bortoli, Marco Tronchetti Provera e Paolo Mieli. Le fabbriche Il viaggio sul palco del Piccolo Teatro è proseguito esplorando la grande tradizione industriale dell'azienda. Attraverso le sue fabbriche, Pirelli ha messo le radici in tanti Paesi, oggi 12 nel mondo, costruendo stabilimenti luminosi, sicuri e sostenibili. Luoghi più accoglienti con persone che lavorano con passione e un'industria 4.0 fatta di simulatori, intelligenza artificiale e robot come il MIRS inventato dalla stessa Pirelli.

Insomma, oggi 18 fabbriche belle ed efficienti che trovano il loro paradigma in quella di Settimo Torinese, progettata e realizzata dall'architetto Renzo Piano che sul palco del Piccolo ha spiegato come coniugare funzionalità e bellezza, competitività e sostenibilità. La cultura, la comunicazione e l'immagine In questo percorso Pirelli non ha mai smesso di dialogare con artisti e intellettuali per mantenere uno sguardo sulla società, sulle sue evoluzioni e sulla trasformazione dei costumi.

Lo ha fatto e lo fa attraverso linguaggi e strumenti innovativi: la Rivista Pirelli, il Calendario, Pirelli HangarBicocca, le pubblicazioni e le mostre della Fondazione Pirelli, i prodotti di

Pirelli Design, il magazine World, i volumi dei suoi bilanci integrati con i contributi di artisti e scrittori. L'elenco che proviene dal palco del Piccolo Teatro è ricco e vede il suo inizio proprio con l'iconico logo Pirelli, nato a New York ai primi dei '900, con quella P che si allunga come se fosse di gomma. Un'azienda che sperimenta nuovi linguaggi, fa gomme e intervista Umberto Eco. Parla con scrittori, filosofi, poeti: oggi da Carrère a Kureishi, ieri da Elio Vittorini a Eugenio Montale e Salvatore Quasimodo.

Ospita Luchino Visconti e John Cage e mette i tacchi a spillo a Carl Lewis, accompagnato dall'indimenticabile payoff "Power is nothing without control". Innovazione nel comunicare l'impresa, capacità di rinnovarsi conservando la memoria e dialogo fra industria e arte contemporanea, sport, fotografia e musica. Su questi temi si sono soffermati Annamaria Testa, Ferruccio De Bortoli, Paolo Mieli e Marco Tronchetti Provera per raccontare mondi diversi con l'idea di fondo che fare impresa con passione significa anche fare cultura. Il Motorsport e la passione per lo sport E la passione per eccellenza, quella che fa battere il cuore dei Pirelliani, sono i motori. Un'area dove la tecnologia è fondamentale, come spiega Alberto Pirelli, appassionato di rally, sport in cui l'azienda è protagonista fin dagli anni '70.

Oggi Pirelli è presente in oltre 350 competizioni motorsport. Memorabile resta la Pechino-Parigi del 1907, quando il principe Scipione Borghese, a bordo di una Itala gommata Pirelli, affronta 17mila chilometri vincendo con 20 giorni di anticipo sul secondo equipaggio. Un grande successo che trasforma la mobilità in innovazione e spettacolo. E le competizioni in un laboratorio a cielo aperto. Nel GT, nel rally, nella superbike e in Formula 1.

Del rapporto con il massimo campionato motoristico si parla sul palco con Stefano Domenicali, che oggi guida la Formula 1 alla vigilia di un cambiamento importante: l'introduzione dei pneumatici da 18 pollici in una competizione dove, tra le bandiere italiane, svetta anche quella di Pirelli. Sport per Pirelli però non è solo motori, ma anche calcio, ciclismo, sport invernali e vela, con Luna Rossa. L'innovazione, la ricerca e il prodotto Dal racconto emerge come l'azienda si muova sempre con uno sguardo al futuro.

"Guardare dentro per capire", per trovare nuove soluzioni, come diceva l'ingegner Emanuelli, che in Pirelli ha firmato tanti dei 6.700 brevetti depositati in 150 anni. Una lezione, quella di Emanuelli, che oggi viene interpretata dalle oltre 2mila persone che lavorano nella Ricerca & Sviluppo, settore fondamentale per l'azienda. Fondamentali sono anche le sue collaborazioni (oltre 50) con le principali università nel mondo, come testimonia Ferruccio Resta, che dialoga con Ilaria d'Amico anche sul rapporto di reciproco stimolo che lega Pirelli e il Politecnico di Milano.

Oggi gli "eredi di Emanuelli" sono impegnati a gestire l'accelerazione dell'innovazione, come

la transizione all'auto elettrica, dove Pirelli è già presente con Elect, un pacchetto di soluzioni tecnologiche ad hoc per sostenere pesi, accelerazioni e consumi diversi rispetto alle auto tradizionali. Ma anche nuovi prodotti connessi come il Cyber Tyre, i cui sensori forniscono informazioni immediate al guidatore. Una continua innovazione, su strada ma non solo.

Perché le tecnologie si evolvono e la virtualizzazione accelera i tempi della ricerca e della produzione. I pneumatici nascono e si sviluppano nel mondo digitale con la creazione di alter ego virtuali necessari per progettare e realizzare prodotti sicuri, performanti e più sostenibili grazie a materiali sempre più rinnovabili. Al centro, da sempre, resta la gomma naturale con cui Pirelli ha prodotto anche il primo pneumatico al mondo certificato FSC (Forest Stewardship Council), a testimonianza di una catena di fornitura 100% sostenibile. Una tutela forte per l'ambiente come accade, ad esempio, con la partecipazione al progetto Birdlife per conservare le biodiversità in Indonesia. Grazie al suo impegno tra dimensione sociale, ambientale ed economica, Pirelli è ai vertici dei più importanti indici di sostenibilità.

Una nuova campagna reinterpreta “power is nothing without control”

Una nuova campagna pubblicitaria da oggi trasmessa in prima serata sulle principali emittenti televisive e lanciata su stampa, digital e social media celebra i 150 anni di Pirelli e reinterpreta in chiave attuale lo storico payoff “Power is nothing without control” invitando a riflettere, con un racconto visionario e metaforico, su due concetti complementari e contrapposti.



Grazie alla tecnologia e ai social le persone hanno tantissimo potere, ma in un attimo questo può sfuggire di mano trasformandosi in caos. Più che mai occorre essere consapevoli che la potenza ha bisogno di controllo, nella vita e non solo in strada. Girato a Barcellona, con la regia dei Manson - team di registi messicani formato da Gerardo del Hierro, Pau López e Tomás Peña - la produzione di Utopia e la direzione creativa di M&C Saatchi, lo spot è pianificato attraverso i canali digitali anche a livello internazionale.

Un sito dedicato con “stanze” tridimensionali per visitare il mondo pirelli

Per un racconto digitale dei 150 anni è stato realizzato un innovativo sito web - www.pirelli.com/150anni - che permette di “viaggiare” all'interno del mondo Pirelli. Attraverso quattro stanze virtuali dedicate a “Prodotto e Ricerca & Sviluppo”, “Sostenibilità”, “Sport”, “Arte & Cultura” ci si può immergere in un ambiente

tridimensionale che presenta i prodotti di ieri e di oggi, l'impegno nella sostenibilità, le attività nelle competizioni sportive e le iniziative artistiche e culturali a partire dal Calendario Pirelli.

Un numero speciale del magazine 'world'

Al 150° compleanno è dedicata, inoltre, un'edizione speciale di "World", il magazine aziendale che dal 1994 raccoglie l'eredità della Rivista Pirelli pubblicata dal 1948 al 1972. Il numero propone 26 parole, una per ogni lettera dell'alfabeto, scelte per il loro significato, la loro forza e la loro capacità di raccontare Pirelli. Ogni parola, grazie al contributo di illustratori, autori, saggisti e romanzieri, è esplorata con un'originale chiave di lettura.

Una nuova edizione della "graphic novel" per raccontare la storia Pirelli

Per ripercorrere la sua storia Pirelli ha, inoltre, aggiornato la sua graphic novel, una sorta di company profile 4.0 creato con stili e tecniche diverse che vanno dalle illustrazioni al motion graphic design. Il video, in una versione ridotta a circa nove minuti, ripercorre la storia di Pirelli dal 1872, anno della fondazione, a oggi, toccandone le tappe più significative. Il progetto è stato realizzato attingendo al materiale custodito nell'archivio della Fondazione Pirelli e all'attenta ricostruzione storica fatta dal professor Carlo Bellavite Pellegrini nel suo libro "Pirelli. Innovazione e passione", edito da Il Mulino, che sarà anch'esso aggiornato con la storia più recente.

Un trittico di monete e un francobollo per celebrare l'anniversario

Il Ministero dell'Economia e delle Finanze e il Poligrafico e Zecca dello Stato hanno presentato la nuova Collezione Numismatica, che vedrà nella Serie "Eccellenze Italiane" del suo catalogo anche un trittico di monete celebrative in oro e argento dedicate al Gruppo Pirelli. Con data 28 gennaio 2022 è stato inoltre emesso un francobollo sempre dedicato a Pirelli appartenente alla serie tematica "le Eccellenze del sistema produttivo ed economico".











Le altre iniziative del 2022

Parte da oggi una serie di iniziative dedicate ai 150 anni che vedranno come primi protagonisti i 12 Paesi in cui Pirelli ha una presenza industriale. Progetti ed eventi che alimenteranno il racconto per l'intero 2022 attraverso le sponsorizzazioni sportive, a cominciare dal mondo della Formula 1, appuntamenti istituzionali, eventi culturali e lanci di nuovi prodotti. Tra i principali progetti è attesa in primavera la pubblicazione, a cura della Fondazione Pirelli, del libro "Una storia al futuro. Pirelli, 150 anni di industria, innovazione, cultura".

Edito da Marsilio in italiano e inglese, il libro raccoglie i contributi di rappresentanti delle istituzioni, fra cui la Ministra dell'Università e della Ricerca Maria Cristina Messa, dei rettori dei Politecnici di Milano e Torino, Ferruccio Resta e Guido Saracco, di grandi autori italiani e internazionali, come Ian McEwan, e di protagonisti del mondo dell'arte e della cultura, come Renzo Piano e Salvatore Accardo. Il progetto editoriale avrà un focus all'interno della piattaforma web www.pirellibuildsthefuture.org collegata al sito dedicato ai 150 anni e sarà costituito anche da una cronologia che ricostruisce, dal 1872 a oggi, gli avvenimenti più importanti dell'azienda, da inediti tour virtuali e da una sezione dedicata al nuovo allestimento della Fondazione Pirelli "When History Builds the Future".

Una mostra che consentirà ai visitatori di ripercorrere i 150 anni di Pirelli attraverso documenti, disegni tecnici dei primi pneumatici fino alla loro virtualizzazione, per raccontare i risultati ingegneristici della Ricerca & Sviluppo e le grandi innovazioni. Immagini, oggetti, installazioni multimediali come "Inner Future", video come "Shapes, Patterns, Movements and Colors" e un reportage fotografico che interpretano il mondo della gomma, dalle materie prime al prodotto finito. Tra storia, innovazione e cultura, con lo sguardo sempre rivolto verso il futuro.