



PRESSEMITTEILUNG

PIRELLI FEIERT 150 JAHRE IM PICCOLO TEATRO IN MAILAND, EINE GESCHICHTE DER INDUSTRIE, KULTUR, TRADITION, TECHNOLOGIE UND LEIDENSCHAFT

**DER COUNTDOWN BEGINNT IN RIO DE JANEIRO UND GEHT ÜBER SHANGHAI UND
NEW YORK NACH MAILAND, UM DAS JUBILÄUM ZU FEIERN**

**AB HEUTE STARTET EINE NEUE WERBEKAMPAGNE IM TV, IN DER PRESSE SOWIE
DEN DIGITALEN UND SOZIALEN MEDIEN**

ZU DEN AKTIONEN GEHÖREN NEUE REDAKTIONELLE UND DIGITALE PROJEKTE, DIE HERAUSGABE EINER BRIEFMARKE UND DREIER GEDENKMÜNZEN

Mailand, 28. Januar 2022 - "Was für ein origineller Schriftzug, finden Sie nicht auch? Schauen Sie sich dieses P an... es sieht elastisch aus, wie Gummi". Mit diesen Worten begannen die Feierlichkeiten zu 150 Jahren Pirelli im Piccolo Teatro in Mailand. Dort führte eine Bühnenaufführung Zeugnisse, Stimmen und Bilder zusammen, um eine Geschichte von Industrie, Kultur, Tradition, Technologie und Leidenschaft zu erzählen, die am 28. Januar 1872 begann.

Deren wichtigste Momente präsentierten Ferruccio De Bortoli, Stefano Domenicali, Paolo Mieli, Renzo Piano, Ferruccio Resta und Annamaria Testa sowie Marco Tronchetti Provera, Executive Vice Chairman und CEO des Konzerns, und Alberto Pirelli, der die Verbindung zwischen der Familie und dem Unternehmen repräsentiert. Die Veranstaltung, die Ilaria D'Amico moderierte, erzählte den Weg von Pirelli durch drei Jahrhunderte anhand der Dinge, die das Unternehmen am stärksten auszeichnen: die internationale Dimension, die Fabriken, die Beziehung zu Kultur und Künstlern, die Kreativität in der Kommunikation, die Präsenz im Sport und Motorsport, die ständige Suche nach Innovation und Spitzentechnologie.

"Heute wollten wir gemeinsam eine Reise durch die Geschichte unternehmen, aber dies mit dem Blick in die Zukunft. Pirelli antizipiert den Wandel seit 150 Jahren, dank seiner soliden Unternehmenskultur und der Fähigkeit, ein Protagonist der Gegenwart zu sein. Diese Eigenschaften haben es uns ermöglicht, diesen Meilenstein mit einer weltweit etablierten Marke zu erreichen. Wir hielten es für wichtig, diese Geschichte mit unserer Stadt, unserem Land und all den internationalen Gruppen und Gemeinschaften zu teilen, mit denen wir täglich zusammenarbeiten. Ein Dankeschön an all die 30.000 Menschen, die jeden Tag bei Pirelli unsere Geschichte schreiben", **sagte Marco Tronchetti Provera, Executive Vice President und CEO von Pirelli.**

DAS JUBILÄUMSLOGO UND DER INTERNATIONALE COUNTDOWN

Das für die 150 Jahre kreierte Logo wurde im vergangenen November bei der Vorstellung des Pirelli Kalenders 2022 von Bryan Adams enthüllt und war kürzlich bei der Rallye Monte-Carlo zu sehen. Dort zierte es das Auto, das die Eröffnungsrunde auf der Strecke absolvierte. Außerdem zierte es die Anzüge der Athleten des Ski-Weltcups in Cortina sowie des Fußballspiels Inter Mailand gegen Venedig in San Siro. Die Feierlichkeiten werden durch das Sponsoring von Pirelli das ganze Jahr über fortgesetzt.

Der Veranstaltung im Piccolo ging ein internationaler Countdown voraus, der am 24. Januar **in Rio de Janeiro** begann. Er wurde an den folgenden Tagen mit der Projektion des Logos und der Glückwünsche auf die 180 Meter des CITI Towers in **Shanghai**, mit einer 3D-Animation auf dem Times Square Nasdaq Tower in **New York** sowie auf dem Palazzo Venezia zwischen Via dei Mercanti und Piazza Cordusio in **Mailand** fortgesetzt. Das Video zeigt einen 3D-Reifen, der einen Abhang hinunterrollt und stoppt, kurz bevor er quasi aus der Leinwand herausschießt. Das bringt das Pirelli Motto "Power is nothing without control" perfekt auf den Punkt. Das Video endet mit dem 150-Jahre-Logo und Glückwünschen.

IM PICCOLO TEATRO EINE ERZÄHLUNG AUS HISTORIE, INDUSTRIE, SPORT UND INNOVATION

Die Historie

Auf der Bühne des Piccolo Teatro erzählten vier Schauspieler auf fünf großen Bildschirmen die Geschichte von Pirelli, beginnend mit der Firmenhistorie. Bilder, Videos und Fotografien aus der Vergangenheit und Gegenwart wechselten sich mit den Stimmen der Schauspieler ab, die zusammen mit **Ferruccio De Bortoli, Paolo Mieli, Alberto Pirelli und Marco Tronchetti Provera** die verschiedenen Momente des Unternehmens Revue passieren ließen. Ein Dialog, der sich, nicht zuletzt durch die Erinnerungen seines Enkels, auf Leopoldo Pirelli und dessen Vater Alberto konzentrierte, und deren Rolle im Beitrag des Unternehmens zur Modernisierung und Industrialisierung des Landes - seine Erfolge und die unvermeidlichen Schwierigkeiten, die es auf seinem Weg erlebte.

Die Reise von Pirelli begann am 28. Januar 1872 mit Giovanni Battista Pirelli, der im Alter von nur 23 Jahren auf etwas völlig Neues setzte: Gummi. Zu Beginn stellte das Unternehmen Isolatoren für Telegrafen und Kabel her, welche die entferntesten Punkte des neu entstandenen Italiens miteinander verbanden. Das Unternehmen dehnte sich schnell weltweit aus und produzierte Gebrauchsgegenstände (von Badekappen über Spielzeug bis hin zu Regenmänteln), aber auch Reifen für Wagen und Fahrräder als Antwort auf diese ersten Formen der Mobilität. Seit seiner Gründung setzt das Unternehmen auf Innovation und entwickelt Produkte, die auch zu Symbolen für den Fortschritt des Landes wurden. So wie der moderne Wolkenkratzer von Pirelli (der Pirellone), der ein Symbol für Mailand ist und bis in die 1960er Jahre der Hauptsitz des Unternehmens war. Dann zog es in ein Gebiet im Norden der Stadt, bekannt als Bicocca, das heute ein echter Unternehmenscampus ist. Aber auch Pirelli stieß auf Hindernisse: die gescheiterten Fusionen mit Dunlop und Continental in den 1990er Jahren sowie der Plan zur Integration von Netzen und Inhalten in der Telekommunikation. Er wurde ab Beginn der 2000er Jahre über die Telecom Italia verfolgt, bis er infolge externer Einmischung an sein Ende kam. Krisen, die überwunden wurden, indem man sich wieder auf das Kerngeschäft konzentrierte. Das führte dazu, dass sich das Unternehmen auf Reifen fokussierte.

Internationalität

Pirelli war schon immer international. Und in diesem Sinne ging die Geschichte weiter. Das Unternehmen wurde in Mailand gegründet und entwickelte sich schnell zu einem multinationalen Unternehmen, so dass es in Großbritannien als englisch, in Brasilien als brasilianisch und in den USA als amerikanisch gilt ... Eine Begabung, die sich bereits in den Reisen des Gründers und später in denen seiner Söhne Alberto und Piero zeigte. Die Identität des Unternehmens ist die eines multinationalen Konzerns mit soliden italienischen Wurzeln, der in den Bereichen Arbeitsbeziehungen, Sozialfürsorge und Ausbildung führend ist.

Die Fabriken

Die Reise auf der Bühne des Piccolo Teatro wurde mit der Erkundung der industriellen Tradition des Unternehmens fortgesetzt. Mit seinen Fabriken hat Pirelli in zahlreichen Ländern - heute sind es 12 - Wurzeln geschlagen und Anlagen gebaut, die lichtdurchflutet, sicher und nachhaltig sind. Einladende Orte für Menschen, die mit Leidenschaft arbeiten, sowie für die Industrie 4.0 mit Simulatoren, künstlicher Intelligenz und Robotern wie MIRS, die Pirelli selbst entwickelte. Zusammenfassend kann man sagen: Heute existieren 18 exzellente und effiziente Fabriken, mit Settimo Torinese als Modell, entworfen und gebaut von dem Architekten **Renzo Piano**, der auf der Bühne des Piccolo erklärte, wie man Funktionalität mit Schönheit, Wettbewerbsfähigkeit und Nachhaltigkeit verbindet.

Kultur, Kommunikation und Image

Auf seinem Weg befand Pirelli sich stets im Dialog mit Künstlern und Intellektuellen, um die Gesellschaft, ihre Entwicklung und die sich verändernden Gewohnheiten im Auge zu behalten. Dies geschah und geschieht durch innovative Ausdrucksformen und Instrumente wie die "Rivista Pirelli", den Pirelli Kalender, den Pirelli HangarBicocca, die Publikationen und Ausstellungen der Fondazione Pirelli, die Produkte von Pirelli Design, das World Magazin und die Bände des Jahresberichts, die mit Beiträgen von Künstlern und Schriftstellern angereichert sind. Die Liste dessen, was auf der Bühne des Piccolo Teatro präsentiert wird, ist umfangreich und beginnt mit dem ikonischen Pirelli Logo, das Anfang des 20. Jahrhunderts in New York entstand: mit dem langen P, das sich dehnt, als wäre es aus Gummi. Ein Unternehmen, das mit neuen Ausdrucksformen experimentiert, Reifen herstellt und Umberto Eco interviewt. Es spricht mit Schriftstellern, Philosophen, Dichtern: heute von Carrère bis Kureishi, gestern von Elio Vittorini bis Eugenio Montale und Salvatore Quasimodo. Es beherbergt Luchino Visconti und John Cage und lässt Carl Lewis in Stöckelschuhen laufen, begleitet von dem unvergesslichen Motto "Power is nothing without control". Innovation und kommunikatives Unternehmertum, die Fähigkeit zur Erneuerung, das Erhalten der Erinnerung sowie der Dialog zwischen Industrie und zeitgenössischer Kunst, Sport, Fotografie und Musik.

Diese Themen wurden von **Annamaria Testa, Ferruccio De Bortoli, Paolo Mieli und Marco Tronchetti Provera** aufgegriffen, die von verschiedenen Welten erzählten, aber stets mit dem Grundgedanken, dass man, sofern man mit Leidenschaft in der Industrie tätig ist, auch Kultur produziert.

Leidenschaft für Motoren und Sport

Motoren sind die Leidenschaft, welche die Herzen von Pirelli höher schlagen lässt. Ein Bereich, in dem Technologie von grundlegender Bedeutung ist, wie **Alberto Pirelli**, ein Rallye-Enthusiast, erklärt. An dieser Sportart beteiligt das Unternehmen sich seit den 1970er Jahren. Heute ist Pirelli bei über 350 Motorsportwettbewerben vertreten. Besonders denkwürdig ist die Peking-Paris-Rallye von 1907, bei der Prinz Scipione Borghese in einem mit Pirelli Reifen ausgestatteten Itala 17.000 Kilometer zurücklegte und 20 Tage vor jenem Team im Ziel eintraf, das den zweiten Platz belegte. Ein großer Erfolg,

der Mobilität in Innovation und Spektakel verwandelt, und Wettbewerbe in Freiluftlabore. In der GT, der Rallye, dem Superbike und der Formel 1. Die Diskussion auf der Bühne über den größten Motorsportwettbewerb leitete **Stefano Domenicali**, der heute die Formel 1 führt, die am Vorabend einer wichtigen Veränderung steht: der Einführung von 18-Zoll-Reifen in einem Wettbewerb, in dem inmitten der italienischen Flaggen auch die von Pirelli weht. Für Pirelli beschränkt sich der Sport jedoch nicht nur auf Motoren. Das Unternehmen engagiert sich auch im Fußball, Radsport, Wintersport und Segeln mit dem Team Luna Rossa.

Innovation, Forschung, Produkt

Die Geschichte zeigt ein Unternehmen, das sich immer mit Blick auf die Zukunft bewegt. "*Schau nach innen, um zu verstehen*", wenn es gilt, neue Lösungen zu entdecken. Das pflegte Herr Emanuelli zu sagen, der viele der 6.700 Patente unterzeichnete, die Pirelli in 150 Jahren angemeldet hat. Eine Lektion von Herrn Emanuelli, die heute von den mehr als 2.000 Mitarbeitern in der Abteilung Forschung & Entwicklung umgesetzt wird, einem für das Unternehmen wichtigen Bereich. Die Zusammenarbeit mit führenden Universitäten (über 50) ist ebenfalls von grundlegender Bedeutung, wie **Ferruccio Resta** erklärte. Er erzählte der Moderatorin Ilaria D'Amico auch von der Beziehung der gegenseitigen Inspiration, die Pirelli und das Politecnico di Milano verbindet.

Heute sind die "Erben von Emanuelli" an der Beschleunigung der Innovation beteiligt, wie im Fall der Elektrofahrzeuge, bei denen Pirelli bereits mit „Elect“ präsent ist. Das Kürzel bezeichnet ein Paket technologischer Lösungen, um das im Vergleich zu traditionellen Fahrzeugen unterschiedliche Gewicht, die Beschleunigung sowie den Verbrauch zu meistern. Hinzu kommen auch neue vernetzte Produkte wie Cyber Tyre, mit Sensoren, die dem Fahrer Echtzeitinformationen liefern. Kontinuierliche Innovation, auf der Straße und darüber hinaus. Denn die Technologien entwickeln sich weiter und die Virtualisierung beschleunigt die Forschungs- und Entwicklungszeiten. Die Reifen werden in der digitalen Welt kreiert und entwickelt, indem virtuelle Alter Egos geschaffen werden, um Produkte zu entwerfen und zu produzieren, die sicher, leistungsstark und nachhaltig sind. Und das durch Materialien, die im steigenden Grad erneuerbar sind. Im Mittelpunkt steht wie immer der Naturkautschuk, mit dem Pirelli den weltweit ersten FSC-zertifizierten Reifen (Forest Stewardship Council) hergestellt hat, der eine zu 100 % nachhaltige Lieferkette bezeugt. Ein wichtiger Beitrag zum Schutz der Umwelt ist zum Beispiel die Beteiligung von Pirelli am Birdlife-Projekt zum Erhalt der Artenvielfalt in Indonesien. Aufgrund seines Engagements auf sozialer, ökologischer und wirtschaftlicher Ebene steht Pirelli an der Spitze der wichtigsten Nachhaltigkeitsindizes.

EINE AKTUELLE WERBEKAMPAGNE INTERPRETIERT "POWER IS NOTHING WITHOUT CONTROL" NEU

Heute startet eine **neue Werbekampagne**. Sie wird zur besten Sendezeit im Fernsehen ausgestrahlt und erscheint in der Presse sowie den digitalen und sozialen Medien, um das 150-jährige Bestehen von Pirelli zu feiern. Sie bietet eine Neuinterpretation des historischen Slogans "**Power is nothing without control**" und lädt die Menschen dazu ein, durch eine visionäre und metaphorische Geschichte über zwei komplementäre und entgegengesetzte Konzepte nachzudenken. Dank der Technologie und der sozialen Medien verfügt der Einzelne über enorme Power, aber in einem Moment kann er die Kontrolle verlieren, und das Chaos bricht aus. Mehr denn je muss man sich bewusst sein, dass Power die Kontrolle benötigt, und zwar im Leben und nicht nur im Straßenverkehr. Gedreht in Barcelona, unter der Regie von **Manson** - einem mexikanischen Regieteam bestehend aus Gerardo del Hierro, Pau López und Tomás Peña - produziert von **Utopia** und unter der kreativen Leitung von **M&C Saatchi**, ist der Werbespot auch für digitale Kanäle auf internationaler Ebene geplant.

EINE SPEZIELLE WEBSITE MIT 3D-"RÄUMEN" FÜR EINEN BESUCH IN DER WELT VON PIRELLI

Für die digitale Geschichte der 150 Jahre wurde eine innovative Website - www.pirelli.com/150years - geschaffen, die es ermöglicht, in die Welt von Pirelli zu "reisen". Durch vier virtuelle Räume, die den Themen "*Produkt sowie Forschung & Entwicklung*", "*Nachhaltigkeit*", "*Sport*" und "*Kunst & Kultur*" gewidmet sind, kann der Nutzer in eine 3D-Umgebung eintauchen. Sie präsentiert Produkte von gestern und heute, das Engagement für Nachhaltigkeit, die Beteiligung an Sportwettbewerben sowie künstlerische und kulturelle Initiativen, beginnend mit dem Pirelli Kalender.

EINE SONDERAUSGABE DES MAGAZINS 'WORLD'

Der 150. Geburtstag wird auch mit einer Sonderausgabe von "World" gefeiert, dem Unternehmensmagazin, das seit 1994 das Erbe der "Rivista Pirelli" fortführt, die von 1948 bis 1972 veröffentlicht wurde. Die Ausgabe thematisiert 26 Wörter - eines für jeden Buchstaben des Alphabets -, ausgewählt aufgrund ihrer Bedeutung, Kraft und Fähigkeit, Pirelli zu beschreiben. Jedes Wort wird durch die Beiträge von Illustratoren, Autoren, Schriftstellern und Essayisten auf originelle Weise erforscht.

EINE NEUE VERSION DER "GRAPHIC NOVEL", UM DIE GESCHICHTE VON PIRELLI ZU ERZÄHLEN

Um seine Geschichte zurückzuverfolgen, hat Pirelli seine **Graphic Novel** aktualisiert. Es handelt sich um eine Art Unternehmensprofil 4.0, das mit verschiedenen Stilen und Techniken erstellt wurde, von Illustrationen bis hin zum Motion Graphic Design. Das Video, in einer gekürzten Version von etwa neun Minuten, lässt die Geschichte von Pirelli von 1872, dem Gründungsjahr, bis heute Revue passieren und thematisiert dabei die wichtigsten Momente.

Das Projekt wurde erstellt mittels Material aus den Archiven der Pirelli Stiftung sowie der detaillierten historischen Rekonstruktion von Professor **Carlo Bellavite Pellegrini** in seinem Buch "Pirelli. Innovazione e passione", das im Verlag Il Mulino erscheint und nun aktualisiert wurde.

SATZ VON DREI MÜNZEN UND EINER BRIEFMARKE ZUR FEIER DES JUBILÄUMS

Das Ministerium für Wirtschaft und Finanzen und die Staatliche Münz- und Druckereiabteilung präsentieren eine neue Münzsammlung im Rahmen der Serie "Eccellenza Italiane". Sie enthält einen Satz von drei Festmünzen in Gold und Silber, die dem Pirelli-Konzern gewidmet sind. Darüber hinaus wurde am 28. Januar 2022 eine neue Briefmarke herausgegeben, die ebenfalls Pirelli gewidmet ist und Teil der thematischen Serie "*Exzellenza in der Wirtschaft und im Produktionssystem*" ist.

WEITERE INITIATIVEN IM JAHR 2022

Von heute an wird es eine Reihe von Initiativen geben, die den 150 Jahren gewidmet sind und zunächst die 12 Länder einbeziehen, in denen Pirelli Fabrikanlagen betreibt. Die Projekte und Veranstaltungen werden im Laufe des Jahres 2022 durch Sportsponsoring, beginnend in der Formel 1, sowie durch institutionelle Termine, kulturelle Veranstaltungen sowie die Einführung neuer Produkte fortgesetzt.

Zu den wichtigsten Projekten gehört die Veröffentlichung des **von der Fondazione Pirelli herausgegebenen Buches** "*Thinking Ahead. Pirelli: 150 Years of Industry, Innovation and Culture*", das für das Frühjahr geplant ist. Das Buch, das von Marsilio in italienischer und englischer Sprache herausgegeben wird, versammelt Beiträge von institutionellen Persönlichkeiten, darunter die Ministerin für Universität und Forschung Maria Cristina Messa, die Dekane des Politecnico di Milano und Torino, Ferruccio Resta und Guido

Saracco, bedeutende italienische und internationale Autoren wie Ian McEwan und führende Persönlichkeiten aus der Welt der Kunst und Kultur, darunter Renzo Piano und Salvatore Accardo. Das redaktionelle Projekt wird auf der Webplattform pirellibuildsthefuture.org zu sehen sein, die mit der Website zum 150-jährigen Bestehen des Unternehmens verlinkt ist. Es wird zudem eine Chronologie enthalten, welche die wichtigsten Ereignisse im Unternehmen von 1872 bis heute rekonstruiert, einschließlich neuer virtueller Rundgänge und eines Abschnitts, gewidmet der neuen Ausstellung in der Fondazione Pirelli "*When History Builds the Future*". Es wird darüber hinaus eine Ausstellung geben, in der die Besucher die 150 Jahre von Pirelli anhand von Dokumenten wie technischen Zeichnungen der ersten Reifen bis hin zu deren Virtualisierung Revue passieren lassen können. Dabei werden die technischen Errungenschaften in Forschung und Entwicklung sowie weitere große Innovationen hervorgehoben. Bilder, Objekte, multimediale Installationen im Abschnitt "*Inner Future*", Videos im Bereich "*Shapes, Patterns, Movements and Colors*" sowie eine fotografische Arbeit, welche die Welt des Kautschuks vom Rohstoff bis zum fertigen Produkt interpretiert. Historie, Innovation und Kultur, immer mit einem Blick in die Zukunft.

PRESSEBEREICH

Das gesamte Material - Videos, Bilder und Informationen zu den einzelnen Themen – kann unter dem folgenden Link heruntergeladen werden:

https://www.pirelli.com/pirelli150years_pressarea

User: pressuser

Password: Pirelli150