

Una “graphic novel” digitale per raccontare la storia di Pirelli e i suoi 147 anni di attività vissuti all’insegna della tecnologia e dell’innovazione, sia nei prodotti che nella cultura d’impresa e comunicazione. I cinque episodi di “Pirelli un’italiana nel mondo”, questo il titolo, costituiscono una sorta di ‘company profile’ 4.0 che l’azienda proporrà attraverso una piattaforma dedicata sul proprio sito www.pirelli.com. Il formato utilizza stili e tecniche che comprendono illustrazioni, immagini d’archivio e motion graphic design, offrendo allo spettatore la possibilità di accedere a contenuti extra di approfondimento durante la visione.





Il progetto, pensato per far conoscere le tappe più importanti della storia della Pirelli a un pubblico non specialistico, 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. In circa venti minuti di durata complessiva, i cinque episodi - corredati da musiche e illustrazioni realizzate ad hoc - ripercorrono la storia di Pirelli dal 1872, anno della fondazione a Milano dell'accomandita semplice "G.B. Pirelli & C.", a oggi.

Un racconto lungo 147 anni, fatto di persone, tecnologia e spirito pioneristico che ha alla base un brand riconosciuto in tutto il mondo, una tradizione storica importante e una cultura d'impresa che coniuga industria e umanesimo. Elementi che hanno reso Pirelli un vero simbolo di modernizzazione del Paese, caratterizzata da valori di solidarietà sociale e fiducia nel progresso.

Nel **primo episodio**, Il futuro della gomma, Giovanni Battista Pirelli, fondatore dell'azienda, da una finestra della fabbrica del Sevesetto, s'interroga sulle ragioni che spingono la folla a ribellarsi, nel maggio del 1898, tra i tumulti che agitano le vie di Milano.

Pensieri e riflessioni che ispirano la storia dell'azienda che, nel **secondo episodio** ambientato negli anni Trenta, vede il figlio Alberto raccogliere l'eredità, imprenditoriale e culturale del padre. Alberto Pirelli, in Come nasce un brand è l'artefice dell'impegno di Pirelli nella produzione di pneumatici e dà l'impulso alla prima internazionalizzazione del gruppo. La crescita di Pirelli prosegue a metà Novecento (1932-1967) con la necessità di trovare nuove forme di comunicazione.

Un linguaggio diretto, immediatamente riconoscibile, La Gomma è pop - questo il titolo della **terza puntata** - come testimoniato dalla prima edizione del Calendario Pirelli, nel 1963, e dal lancio di prodotti innovativi che hanno rivoluzionato la mobilità: il Cinturato.

Ne **Al cuore dell'innovazione** Pirelli è già proiettata alle soglie del nuovo millennio, alle prese con grandi sfide tecnologiche, con una rinnovata strategia di gruppo e con il lancio di prodotti di alta qualità: la linea P Zero.

E il viaggio continua, l'episodio conclusivo, fotografa l'azienda nell'arco di tempo che va dal 2000 ai giorni nostri, quando l'azienda vive diverse riorganizzazioni societarie con l'ingresso di nuovi azionisti, la focalizzazione sul business consumer, la continua spinta tecnologica e un brand sempre più forte.

Cinque episodi, dal linguaggio innovativo, per descrivere la crescita industriale di Pirelli, i suoi stretti legami con il tessuto economico e sociale, gli anni di sfide, di cambiamenti, di obiettivi raggiunti. Che Pirelli affronta senza mai dimenticare la passione e le ambizioni del suo fondatore.