

Una gara musicale rivolta alle band emergenti per celebrare il Rock & Roll italiano a 60 anni esatti dalla nascita quando - il 18 maggio 1957 - si svolse al Palazzo del Ghiaccio di Milano il primo festival di ballo di Rock & Roll. "Milano Sound Factory", questo il nome del format che si svolgerà dal 28 maggio al 14 luglio, permetterà a 20 selezionati gruppi musicali emergenti di reinterpretare i più grandi brani rock anni Cinquanta esibendosi in luoghi simbolo di Milano, a partire da quella Via Gluck celebrata da Adriano Celentano, che fu proprio uno dei protagonisti della serata a Palazzo del Ghiaccio di Milano.

L'iniziativa - sostenuta da Pirelli e Fondazione Pirelli e organizzata da Amici della Martesana Greco, ChiAmaMilano, AgoràFutura.Net, Atelier Gluck Arte, Le Ho Fatte Lei e Consulta Periferie Milano, patrocinata dalla Regione Lombardia e dal Municipio 2 del Comune di Milano - è stata presentata oggi nel corso di una conferenza stampa alla quale hanno partecipato Milly Moratti, Presidente dell'Associazione ChiAmaMilano, Marco Tronchetti Provera, Vice Presidente Esecutivo e Amministratore Delegato di Pirelli, Roberto Maroni, Presidente Regione Lombardia, Giulio Gandolfi, Presidente Commissione Cultura Municipio 2, Antonio Calabrò, Direttore della Fondazione Pirelli, Petra Loreggian, Conduttrice di Radio Dimensione Suono, il giornalista e scrittore Bruno Perini, gli artisti Ricky Gianco e Gino Santercole, Pippo Amato, Presidente dell'Associazione Milano Sound Factory e Nicolò Leotta, Dipartimento di Sociologia dell'Università Milano Bicocca.

Le performance delle band saranno votate dal pubblico attraverso i canali social di "Milano Sound Factory". In base ai più votati, una giuria formata da miti del Rock italiano quali Miky del Prete, Dario Baldan Bembo, Vince Tempera e Michele Bovi, sceglieranno i gruppi che parteciperanno alla fase successiva della competizione. Le cinque band finaliste si sfideranno, infatti, in un concerto che si terrà il 14 luglio in Piazza Città di Lombardia, organizzato dalla Regione stessa, nel corso di una serata alla quale prenderanno parte artisti quali Bobby Solo, Gino Santercole, Ricky Gianco, Andrea Mingardi e Alfredo Lallo.

☒ Con l'obiettivo di far rivivere gli anni magici dell'espansione del Rock & Roll, sono previste una serie di iniziative per la città che prenderanno il via simbolicamente il 28 maggio con "l'apertura" del portone di Via Gluck 14 - dove nacque Adriano Celentano - all'interno del quale sarà allestita una mostra sui cambiamenti delle periferie di Milano e soprattutto sulle ex aree industriali a nord della città, con fotografie d'epoca e materiali che saranno forniti anche grazie al contributo del ricco archivio della Fondazione Pirelli.

È in programma il 13 luglio, invece, il Convegno "Rock Generations, sessant'anni di R&R", organizzato e curato dal professor Nicolò Leotta, che si propone di discutere, insieme a grandi cantanti italiani e giornalisti musicali che intervengono, su come l'avvento del

Rock&Roll in Italia abbia trasformato i costumi e gli usi sociali degli anni sessanta degli italiani, contribuendo a traghettare la società verso una cultura più moderna, anticonformista e più attenta alle tematiche sociali e ambientali.

Il supporto di Pirelli e della Fondazione Pirelli

Da sempre interprete della modernità e dei cambiamenti sociali e di costume, Pirelli e la Fondazione Pirelli hanno voluto sostenere “Milano Sound Factory” per celebrare un movimento musicale che ha rappresentato un vero e proprio fenomeno culturale, diventando la musica per eccellenza del boom economico del Paese che fin da allora vedeva Milano tra le città protagoniste. E la via Gluck cantata da Adriano Celentano, testimonial d’eccezione per Pirelli in un famoso spot pubblicitario dei materassi Sapsa, diventò il simbolo di una Milano in rapida trasformazione.



Le radici di Pirelli affondano proprio in quell’area. Era, infatti, il 1872 quando in Via Ponte Seveso, a poche centinaia di metri di distanza, nacque il primo stabilimento del gruppo: il primo passo di una storia di successo di un’azienda destinata a diventare in breve tempo un gruppo internazionale che ha sempre mantenuto forti radici milanesi. E, come il Rock & Roll, nei suoi oltre 140 anni di storia, Pirelli è stata in grado di rompere gli schemi anche grazie alla sua comunicazione innovativa. Ne è esempio il Calendario Pirelli, nato proprio negli anni Sessanta come strumento di marketing per poi diventare un oggetto di culto, così come la produzione, nel corso degli anni, di costumi da bagno, di maschere da sub e di altri oggetti simbolo di un’Italia rinnovata dopo l’incubo della guerra.



HyperFocal: 0

Quello tra Pirelli e la musica è un legame molto stretto. A partire dagli anni Cinquanta, ad esempio, il Centro Culturale Pirelli aveva ospitato concerti di grandi artisti tra cui quello di John Cage, musicista americano d’avanguardia, mentre negli anni Settanta era stato il Grattacielo Pirelli a ospitare quello del Gianni Basso Quartet, da cui era nato, in seguito, un disco dal titolo “Jazz al Centro Culturale Pirelli”. Non è stata quella l’unica occasione in cui Pirelli si era cimentata nella produzione di un LP originale. Nel 1976, infatti, era stata inventata la campagna “Canta e balla le tue corse d’estate”, grazie a cui a tutti coloro che acquistavano pneumatici Pirelli veniva regalato un 45 giri contenente un brano dei Genesis e uno di Steve Hackett. Ancora oggi lo stretto rapporto tra Pirelli e la musica è testimoniato dal sostegno a grandi istituzioni, come il Teatro Alla Scala di Milano, l’Orchestra Verdi e il festival MiToSettembre Musica.

A partire dagli anni Sessanta, intanto, la “Rivista Pirelli” ospitava il dibattito culturale sui cambiamenti sociale ed economici attraverso il confronto di firme quali quelle di Dino Buzzati, Italo Calvino, Gillo Dorfles, Umberto Eco, Renato Guttuso, Arrigo Levi, Eugenio Montale, Salvatore Quasimodo, Alberto Ronchey, Elio Vittorini.

Lungo tutto il corso del '900, infine, le maggiori firme della grafica e dell'arte, quali Alessandro Mendini, Armando Testa, Bob Noorda, Bruno Munari e Lora Lamm, hanno contribuito a promuovere l'immagine dell'azienda e dei suoi prodotti. Una tradizione che si rinnova ancora oggi, non solo attraverso il Calendario che compie quest'anno 54 anni, ma anche attraverso il contributo di grafici e artisti di fama internazionale che hanno arricchito i volumi dei bilanci Pirelli dal 2011 a oggi, le opere e le mostre ospitate da Pirelli HangarBicocca, istituzione dedicata all'arte contemporanea, gli eventi culturali promossi da Pirelli, come #ioleggoperchè, BookCity e tanti altri e il sostegno a grandi istituzioni della cultura come il Piccolo Teatro, il Teatro Parenti e il Fai.