L'industria Sarà lanciata oggi la digital graphic novel in cinque episodi: le origini, le «pneumatiche», il Calendario

Pirelli, dal 1872 al futuro Tutta l'epopea in una web serie

di **Ida Bozzi**

Online



● Qui sopra: l'ingegnere Giovanni Battista Pirelli (1848 – 1932), che fu il fondatore dell'azienda nel 1872

● I cinque episodi della digital graphic novel *Pirelli, un'italiana nel mondo*, si possono vedere online sul sito pirelli.com; sono realizzati a cura di Direzione Comunicazione Pirelli e sono ideati e prodotti da Cast4, in collaborazione con Fondazione Pirelli, e con il contributo storico di Carlo Bellavite Pellegrini

● La serie ha la direzione creativa di Andrea Gnesutta, la regia di Giacomo Zito, e con le illustrazioni di Andrea Pucci e Lucia Resta; le musiche originali sono di New Horizon Project

Una storia che comincia nell'Ottocento e attraversa le trasformazioni della società industriale, la formazione dell'Italia post-unitaria, via via fino all'età del boom negli anni Sessanta e all'era tecnologica di oggi. I 147 anni di Pirelli, l'azienda fondata a Milano nel 1872 da Giovanni Battista Pirelli, sono ora raccontati da una digital graphic novel, una serie web in cinque episodi, visibile sul sito dell'azienda, che da oggi verrà lanciata su piattaforme digitali e social.

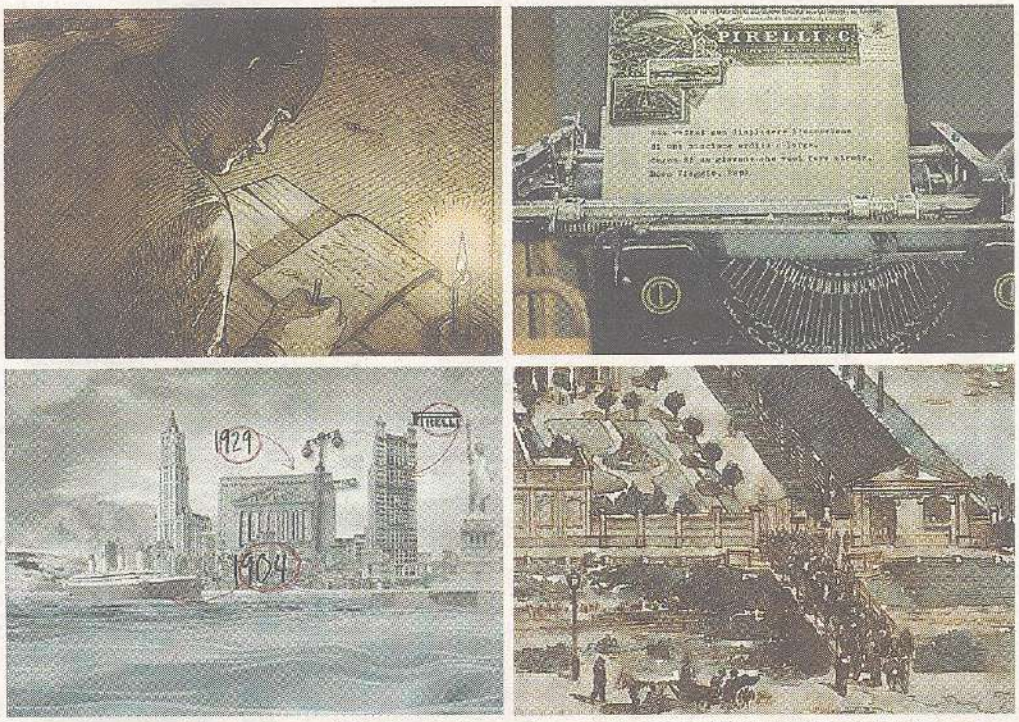
La graphic novel, che si intitola *Pirelli, un'italiana nel mondo*, mostra le diverse fasi dello sviluppo dell'azienda, tenendo in primo piano anche le contemporanee vicende storiche italiane, in una narrazione video che monta illustrazioni, immagini storiche, documenti d'archivio e animazione: la serie, realizzata a cura di Direzione Comunicazione Pirelli, ideata e prodotta da Cast4 in collaborazione con Fondazione Pirelli, si basa sulla ricostruzione storica di Carlo Bellavite Pellegrini, autore del volume *Pirelli. Innovazione e passione* (il Mulino).

«Abbiamo fatto molte ricerche su quella che poteva essere una modalità espressiva contemporanea e fruibile — illustra Maurizio Abet, senior vice president Communication Pirelli Corporate —, perché gli elementi da raccontare erano infiniti e trasversali ad ambiti diversi: il prodotto, la tecnologia, l'epopea sportiva, ma anche la storia, la realtà architettonica e quella artistica».

Così il video, in cinque episodi — con la direzione creativa di Andrea Gnesutta, la regia di Giacomo Zito, le illustrazioni di Andrea Pucci e Lucia Resta e le musiche originali di New Horizon Project —, inizia con la nascita della fabbrica nella sede del Seveseto e con la vita del fondatore Giovanni Battista Pirelli. Nel primo episodio, *Il futuro della gomma*, l'Italia post-risorgimentale (Giovanni Battista aveva combattuto con Garibaldi) è lo sfondo in cui nasce l'epopea industriale, con le esplorazioni alla ricerca del caucciù, cioè la gomma naturale, lo sviluppo delle prime realtà industriali italiane e la nascita di una classe operaia, lo sviluppo delle tecnologie e delle scienze, con passi che segnarono un'epoca, come l'illuminazione elettrica del Teatro alla Scala o l'approdo dell'azienda oltre l'Atlantico.

Il secondo episodio è ambientato agli albori del Novecento: *Come nasce un brand* descrive la crescita dell'azienda in Italia e all'estero con le storiche produzioni di quelle che all'epoca venivano chiamate «le pneumatiche», al femminile (con i modelli Cord e Superflex). Il terzo episodio, *La gomma è pop*, segue lo sviluppo del gruppo all'epoca del boom italiano: la costruzione del grattacielo Pirelli a Milano e «l'era del cinturato», la guida di Leopoldo Pirelli e gli intrecci nella cultura di massa, con la nascita del Calendario (1963), o i rapporti con il mondo dell'arte e della cultura con la rivista «Pirelli» (uscita tra il 1948 e il 1972) firmata da Ungaretti, Buzzati, Vittorini e altri.

Cambi della guardia e trasformazioni tecnologiche vengono raccontati nel quarto episodio, *Al cuore dell'innovazione*, che inizia a raccontare gli anni Novanta con la guida di Marco Tronchetti Provera e lo sviluppo di nuovi prodotti in nuovi ambiti tecnologici, e l'epopea sportiva; fino al quinto episodio, *E il viaggio continua*, con le vicende industriali nel nuovo millennio e la presenza in 160 Paesi del mondo.



Quattro immagini dalla graphic novel *Pirelli, un'italiana nel mondo*: illustrazioni di Andrea Pucci e Lucia Resta

L'azienda
«La sperimentazione del linguaggio è da sempre una delle nostre caratteristiche»

«Si trattava di raccontare — conclude Abet — un'azienda che parte da lontanissimo, che è cresciuta in un contesto storico industriale che ha "fatto" l'Italia. La graphic novel doveva raccontare insieme le diverse caratteristiche, cioè il patrimonio storico del marchio, la grande sfida della tecnologia e l'internazionalità. In un'epoca in cui il digitale ha assunto grande rilevanza, ci sembrava interessante farlo con questa formula, con una "serie web" che si può guardare anche sullo smartphone, nello spirito pionieristico che ci caratterizza anche nella comunicazione. Una sperimentazione del linguaggio che è una delle caratteristiche dell'azienda e che ha toccato tutti i campi, il design, la moda: basti pensare al Calendario, nato negli anni Sessanta e da allora profondamente trasformato, diventato un testimone delle tendenze».

© RIPRODUZIONE RISERVATA