

Quarantuno auto, dodici costruttori Prestige, più di centocinquanta persone coinvolte, oltre 22.000 cavalli su ottanta metri di lunghezza e diciotto di larghezza: l'intero Autodromo di Monza al lavoro per costruire la P lunga di Pirelli, realizzata ricreando una storica immagine del 1978. Così come allora, le vetture di oggi che hanno composto la scena sono molto diverse fra loro: diversi nomi, marchi, motori, architetture, stili ma tutte hanno in comune i pneumatici. Se nella rappresentazione di quarant'anni fa si trattava di vetture stradali, oggi sono le GT3 che corrono nel campionato Blancpain GT Series, il trofeo riservato ad auto derivate dalla produzione stradale ma adattate per l'uso in pista. Quarantuno auto da disporre componendo la P lunga simbolo di Pirelli, a conclusione di una giornata in pista, senza un minuto da perdere prima del tramonto. Teatro dell'immagine, il rettilineo principale dell'Autodromo di Monza, dove le GT nel Blancpain raggiungono i 280 km/h, fianco a fianco; per lo scatto voluto da Pirelli, si sono presentate ordinatamente, una ad una, a motore spento, ed il solo rumore era dovuto al rotolamento dei pneumatici P Zero.

Nel 1978 Pirelli ebbe l'idea di rappresentare la propria immagine utilizzando le auto che gommava. Vetture omologate per la circolazione stradale, di tipologie e motorizzazioni diverse, coinvolgendo diversi costruttori: anche allora, tutte con un unico comune denominatore, i pneumatici Pirelli. Oltre alle fotografie, realizzate da Adrian Hamilton, sotto la direzione di Giulio Cingoli venne prodotto uno spot TV con lo slogan "Pneumatici con la P maiuscola". Peraltro, fu anche la prima volta in cui venne realizzato un documentario sul dietro le quinte di uno spot.



2018, quarant'anni dopo. Autodromo di Monza, fra i più antichi del mondo ancora in attività, secondo solo a Indianapolis. E di nuovo la P lunga, disegnata con le automobili sull'asfalto. Grazie alla collaborazione di SRO, l'organizzatore del campionato, sono state messe in fila le auto per disegnare il marchio che le accomuna tutte, Pirelli. Le auto coinvolte non sono più quelle stradali del 1978 ma le GT3 che corrono nel campionato Blancpain, il più affollato d'Europa per presenza di costruttori. Aston Martin, Audi, Bentley, BMW, Ferrari, Lamborghini, Lexus, McLaren, Mercedes-AMG, Nissan, Porsche e Jaguar: ognuno di loro è stato rappresentato nella base della P lunga sul rettilineo di Monza perché ognuno di questi produttori rappresenta buona parte del mondo Prestige in cui Pirelli è leader. Molti di questi marchi montano esclusivamente pneumatici progettati dalla Bicocca, con omologazioni e caratteristiche specifiche per valorizzare le prestazioni delle vetture e massimizzare la sicurezza.

Il pneumatico P Zero è la massima espressione della strategia Perfect fit Pirelli, sin dalla sua nascita: nel 1987 Ferrari fece debuttare la F40 con dei pneumatici Pirelli realizzati appositamente per la Rossa. E, sin dalla sua nascita, il legame del P Zero con il motorsport è stato chiaro: la prima gomma con questo nome nacque nel 1986 per dare sfogo all'esuberanza di una leggenda dei rally, la Lancia Delta S4. Oggi il marchio P Zero, nelle sue diverse declinazioni, si ritrova sotto le berline di lusso, passando per le GT stradali e da competizione, fino alle coupé da milioni di euro e alle monoposto da Formula 1®. Una lunga storia di successo, celebrata dall'intero Autodromo di Monza, il Tempio della Velocità. Con un'immagine che durerà per altri 40 anni.