

E' firmato Helmut Newton il calendario Pirelli 2014. Una sorpresa che Pirelli teneva nei propri archivi dal 1986, anno in cui vennero realizzati due calendari, uno dalla sede inglese e uno dalla casamadre italiana. Ebbe la meglio Pirelli UK, grazie agli scatti di Bert Stern, fotografo noto per il ritratto di Marilyn Monroe vestita di veli, ma probabilmente anche grazie al merito storico della sede inglese di avere inventato nel 1964 questo calendario, che negli anni si è trasformato in un vero e proprio oggetto di culto.

L'anno 2014 magicamente coincide con i 50 anni del Calendario Pirelli e con i 10 anni dalla morte del fotografo tedesco e presenta un datario identico al 1986, anno per cui Newton realizzò 8 scatti, lasciando poi -per motivi di salute della moglie- terminare l'opera a Manuela Pavesi, stylist di moda e sceneggiatrice di costume, che lo affiancava in questo progetto. "Newton era un vero visionario, - dice la Pavesi - lucidità mista ad assoluto istinto. Quando mi chiese di terminare l'opera, mi lasciò delle istruzioni molto dettagliate, che ancora conservo nei diari dell'epoca, e alla fine fu molto contento del calendario."



Presso HangarBicocca di Pirelli, a Milano, è stata allestita una mostra sui 50 anni di The Cal attraverso gli oltre 160 scatti degli oltre 30 fotografi che nel corso del tempo sono stati chiamati a interpretare il Calendario



Helmut Newton nel 1986 affidò quattro scatti a Manuela Pavesi (foto)



Il 21 novembre Pirelli ha svelato a Milano il Calendario 2014

Pirelli ha festeggiato i 50 anni di "The Cal" e svelato l'edizione 2014 a Milano, con una conferenza stampa e una serata di gala, a cui hanno partecipato 800 invitati. Il pensiero di Marco Tronchetti Provera, in apertura della presentazione, è andato alle vittime del maltempo in Sardegna, per cui l'azienda ha organizzato internamente una raccolta di fondi, che verranno raddoppiati da Pirelli.

Sono diversi gli eventi organizzati per celebrare l'occasione dei 50 anni. Lo scorso giugno a New York è stato allestito un set con due protagonisti dell'immagine come Peter Lindbergh e Patrick Demarchelier (già autori delle edizioni 1996 e 2002 il primo e 2005 e 2008 il secondo) per fotografare un cast di modelle rappresentative dell'identità visiva della storia più recente del Calendario: Alessandra Ambrosio, Helena Christensen, Isabeli Fontana, Miranda Kerr, Karolina Kurkova e Alek Wek.

Nei giorni 23 e 24 novembre, in coincidenza con la serata di gala, è stata allestita una rassegna storica, empre presso HangarBicocca di Pirelli, a Milano, che presentava un percorso nei 50 anni di The Cal attraverso gli oltre 160 scatti degli oltre 30 fotografi che nel corso del tempo sono stati chiamati a interpretare il Calendario.





Per celebrare “The Cal”, Pirelli ha scelto di non produrre un “Calendario 2014”, ma di svelare, per la prima volta, il Calendario Pirelli del 1986 realizzato da Helmut Newton e finora conservato nell’Archivio Storico della società. L’operazione è stata possibile anche grazie al lungo lavoro di ricostruzione svolto dalla Fondazione Pirelli. Dopo quasi 30 anni, Pirelli ha deciso di pubblicarlo, cogliendo sia l’occasione celebrativa sia la fortunata coincidenza del datario 1986 con quello del 2014.

“The Cal” nasce come progetto esclusivo di Pirelli UK Ltd, la consociata inglese del gruppo della Bicocca, che vi lavorava con ampi margini di autonomia. Sono infatti gli inglesi che,

alla ricerca di una strategia di marketing per superare la concorrenza domestica di altre case britanniche di pneumatici, nel 1964 incaricano un fotografo, l'inglese Robert Freeman, ritrattista dei Beatles, di dare vita, sotto la direzione di Derek Forsyth, a un progetto all'epoca del tutto innovativo. Vede così la luce un prodotto editoriale raffinato ed esclusivo, con valenze artistiche e culturali che andarono da subito ben oltre il campo della moda e del glamour. Da allora e per 50 anni, "The Cal" continua a scandire il passare dei mesi offrendo -attraverso le immagini dei più acclamati fotografi del momento - una lettura e un'interpretazione del costume, spesso anticipatorie di nuove tendenze.

Fin dalla sua nascita, grazie all'intuizione di Pirelli UK, il Calendario si rivolge a un ristretto gruppo di appassionati che lo riceve in omaggio. È un oggetto, ricco di simbolismo, portatore di un'idea. L'esclusività ne accresce il valore mediatico e lo consacra in breve come cult. Nel 1971 "The Cal" viene spedito ai ministri del governo inglese, alla Famiglia Reale e a una ristretta lista di vip. E' un fenomeno di tendenza e un potente strumento di comunicazione. A metà degli anni Ottanta, Pirelli Italia, che ne aveva ben compreso le potenzialità globali, lo vorrebbe fare suo. L'unica via è cimentarsi nell'impresa. Così parte una sfida. Una "rivalità" tutta aziendale. Due progetti corrono parallelamente. Ignorandosi. Gli inglesi, che dal 1984 lavorano sotto la guida del direttore artistico Martin Walsh, hanno già infranto molti tabù, inserendo eleganti immagini di nudo esplicito. E scelgono di affidare il progetto al fotografo americano Bert Stern, l'uomo che ha ritratto Marilyn Monroe di un velo vestita, fotografo che ha iniziato la carriera nella pubblicità e poi ha immortalato star come Elizabeth Taylor e Audrey Hepburn. È una scelta che ha il senso di marcare una nuova tappa nell'evoluzione del progetto: l'avvicinamento al mondo del cinema e dello spettacolo. Pirelli Italia, invece, incarica Helmut Newton. Il fotografo tedesco è già una celebrità. Nel 1981 il suo libro Big Nudes lo ha consacrato come un protagonista della cultura visiva del Novecento. Ha trasformato la fotografia di moda in status. Ha rotto gli schemi, uscendo dallo studio di posa e portando le sue modelle in strada. I suoi scatti sono sequenze che diventano servizi glamour. La sua idea di femminilità nuda, in bianco e nero, è classicamente statuaria, ma trasmette una potente carica erotica.

Alla fine, per rappresentare il 1986, viene scelto il lavoro di Stern. Newton dovette abbandonare il set per problemi familiari. Il Calendario da lui concepito e realizzato venne archiviato come un prezioso "gioiello di famiglia", in attesa dell'occasione giusta per farlo brillare di luce propria.

Le tavole di Stern, in cui modelle giocavano in immaginari atelier di artisti moderni e contemporanei, enfatizzando il ruolo di sensuali muse, mostravano un messaggio coerente e funzionale con l'allora spirito del Calendario. Ne nacque un "The Cal" che interpretò il caleidoscopio di colori e grafismi, peculiari dei favolosi anni Ottanta. Con l'inserimento di

una nudità marcata e aggressiva.

Il Calendario Pirelli 1986 di Helmut Newton

Quando, nella primavera del 1985, Pirelli Italia chiede a Helmut Newton di immaginare il suo Calendario, non pone vincoli interpretativi, ma il prodotto Pirelli doveva comparire in modo evidente nelle sue fotografie. È una svolta inedita. Non solo per il maestro, ma anche per il Calendario che fino a quel momento si era limitato a immagini evocative, lontane dal coinvolgimento diretto del core business Pirelli. Sul set del progetto italiano compare così il pneumatico, a marchio Pirelli, in tutte le sue declinazioni commerciali. Fino a quel momento il richiamo pubblicitario era sfumato, al massimo era arrivato, come descritto sopra, all'impronta di un battistrada sulla sabbia (Uwe Ommer, The Cal 1984), oppure alla sagoma grafica del cinturato sugli abiti di scena (Norman Parkinson, The Cal 1985). Newton, che conosce la forza del Calendario, accetta la sfida.

I primi scatti vengono realizzati a maggio, in occasione del Gran Premio di Montecarlo, dove il maestro peraltro abitava. Poi il set si trasferisce in Toscana, nel Chianti, al Podere Terreno. È tra le vigne e la campagna senese che Newton trova la luce giusta per il suo "The Cal" italiano. Poggi, cipressi, case coloniche, tabernacoli, macchinari agricoli, una piccola stazione di servizio e insediamenti medioevali sono lo sfondo di immagini che ripercorrono l'atmosfera neorealista.

La strada diventa la via di fuga prospettica per donne intense e giunoniche, che ricordano quelle che il neorealismo cinematografico rese celebri attraverso attrici come Silvana Mangano, Lucia Bosé, Sophia Loren, osservate da uomini che sono pura presenza spettatrice.

Costantemente al fianco di Newton, c'è Manuela Pavesi. Molto più che una stylist di moda incaricata di interpretare lo spirito di quella femminilità beffarda e inquieta. Il suo ruolo è quello di una sceneggiatrice del costume. Il maestro fruga nel proprio immaginario, nel suo desiderio di vitalità, che diventa eros, alla ricerca di uno stile sensuale, per trasmettere la sua visione dell'italianità. Manuela Pavesi lo accompagna nel percorso creativo e realizzativo condividendo il suo punto di vista profondamente trasgressivo e istintivo unito a un'insolita capacità di trasformare contenuti provocatori in un'immagine glossy.

E quando Helmut Newton deve abbandonare il set e rientrare a Montecarlo per un'inderogabile questione di famiglia, è alla Pavesi che consegna la sua macchina fotografica, affinché possa posizionarla seguendo scrupolosamente le sue indicazioni. A scattare è materialmente il suo assistente, Xavier Alloncle, ma il lavoro, ormai quasi finito, viene ultimato con la paternità artistica di Newton.

Quello svelato a Milano è un calendario che, nel rispetto del progetto originario anche dal punto di vista dell'impaginazione grafica, propone 12 foto d'autore in bianco e nero corredate da 29 immagini di backstage che restituiscono agli appassionati quella storica produzione in bianco e nero realizzata tra il Chianti e Montecarlo nel 1985.

L'edizione proposta, fino ad oggi mai distribuita nella sua integrità, si basa sul rispetto più assoluto dell'idea progettuale di Newton. Le fotografie seguono il suo concetto creativo. E il prodotto finale è stato editato rispecchiando fedelmente la visione artistica del maestro.