Sarà la Street Art, con la sua creatività senza schemi e le sue forme uniche, ad animare il progetto di comunicazione che farà parte del Bilancio 2014 di Pirelli. La brasiliana Marina Zumi, il tedesco Dome e il russo Alexey Luka, tre dei nomi più interessanti del nuovo panorama dell’Arte Urbana, hanno interpretato i pneumatici raccontandoli attraverso 3 opere assemblate in un’unica installazione: un tronco di piramide, alto circa cinque metri, con tre facce di oltre 20 metri quadrati ciascuna, che sarà visibile dal 26 al 28 febbraio presso HangarBicocca. Un’opera in continuità con le forme di comunicazione che contraddistinguono la cultura di impresa Pirelli e che ha trovato lo spazio ideale per la sua realizzazione in questo luogo.

Pirelli ha scelto di utilizzare per la prima volta nella sua storia questa particolare forma espressiva perché la strada, la mobilità e la multiculturalità, elementi tipici della Street Art, appartengono anche alla sua cultura. È proprio nella strada, e nella necessità di mobilità delle persone, che le gomme trovano il loro senso. Nella sua storia Pirelli ha spesso raccontato i pneumatici rappresentandoli non solo per gli aspetti legati alla loro funzionalità, ma decontestualizzandoli, per renderli capaci di evocare mondi, valori, aspirazioni e sogni in grado di donare un’“anima di gomma” a un oggetto che appare “solo” tondo e nero. Un prodotto, in realtà, tutt’altro che semplice da realizzare e che racchiude al suo interno tecnologia e innovazione, frutto del talento e della passione delle persone che lo realizzano. Per sottolineare questo aspetto, e grazie al contributo di tanti artisti, le gomme sono diventate nel corso del Novecento una catena (per Ezio Bonini), un leone e un elefante (per Armando Testa), un sombrero (per Alessandro Mendini) e poi un occhio, un ombrello e un cappello (per Riccardo Manzi). In anni più recenti, sono state rappresentate come rifugio dalla pioggia, hanno preso la forma di strumenti musicali e di occhiali per guardare al futuro (Stefan Glerum). Oggi il pneumatico continua questo suo viaggio e diventa con la Street Art una luna per Marina Zumi, il protagonista di un gesto d’amore per Dome, l’elemento di incontro tra culture per Alexey Luka. Nel 2010 il Bilancio Pirelli era stato arricchito con le immagini degli studenti di fotografia del Naba di Milano; nel 2011 con le illustrazioni del disegnatore Stefan Glerum e i testi del filosofo Hans Magnus Enzensberger e degli scrittori Guillermo Martinez, William Least Heat-Moon e Javier Cercas; nel 2012, in un’edizione premiata con il “Certificate of Typographic Excellence” assegnato a New York dal Type Directors Club, con le vignette di Liza Donnelly, cartoonist del New Yorker; nel Bilancio 2013, infine, 10 giovani talenti internazionali, coordinati dallo scrittore e sceneggiatore Hanif Kureishi, avevano lavorato sul concetto di ruota, “reinventandola” ciascuno attraverso la propria disciplina.

Nel Bilancio 2014 il lavoro degli street artist troverà spazio non solo attraverso le immagini che saranno inserite nell’edizione cartacea, ma anche attraverso una serie di video che,

nell’edizione digitale, racconteranno il progetto, i suoi protagonisti, le sue fasi di realizzazione ‘dietro le quinte’ e le opere finite.

“La Street Art – ha spiegato Christian Omodeo, esperto di questa forma espressiva e curatore artistico del progetto – è spesso descritta come una nuova avanguardia, come un movimento artistico coeso, espressione di una cultura ‘giovane’ unica e internazionale. In realtà, quel che rende veramente rivoluzionaria la Street Art è il suo statuto di comunità multiculturale impegnata quotidianamente sul web in uno scambio continuo tra visioni diverse del mondo. Lo street artist non fa riferimento a un codice artistico globale, ma adatta il proprio linguaggio al contesto geografico, culturale e sociale con cui si confronta di città in città. Al tempo stesso non vive un rapporto convenzionale con lo spazio urbano. Oltrepassa i limiti imposti dal sentire comune, esplorando zone dimenticate delle nostre città e riattivando, incoscientemente, quei non-luoghi che, secondo il sociologo francese Marc Augé, contribuiscono a rendere alienante la vita nelle metropoli contemporanee. Una dinamicità, un’energia e una capacità di dare vita alle cose estraendone un potenziale invisibile ai più, che ritrovo molto nella capacità narrativa del brand Pirelli e anche nel suo modo di fare industria”.

Insieme agli artisti, alla presentazione sono intervenuti Marco Tronchetti Provera, Presidente e Ceo di Pirelli, Antonio Calabrò, Senior Advisor Cultura di Pirelli, il critico d’arte Achille Bonito Oliva e Christian Omodeo, esperto di Street Art e curatore artistico del progetto.

Il presente:

Il passato:

1954 – Bonini

1955 – Testa

1957 – Mendini

Glerum – Care Annual Report 2011

Glerum – Respect Annual Report 2011

Liza Donnelly – Curiosity Annual Report 2012