



Communiqué de Presse

## LE PNEUMATIQUE COMME « STREET ART » DANS LE RAPPORT ANNUEL PIRELLI 2014

TROIS JEUNES ARTISTES INTERPRÈTENT LES PNEUMATIQUES DANS UNE OEUVRE D'ART EXPOSÉE AU HANGAR BICOCCA FIN FÉVRIER

#TakePart : LA CAMPAGNE PERMETTANT AUX SPECTATEURS DE PARTAGER DES IMAGES ET DES VIDÉOS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX



*Villepinte, le 16 mars 2015* – Le street art, avec sa créativité sans limite et ses formes uniques, s'est invité au projet de communication associé à la publication du rapport annuel 2014 du groupe Pirelli.

L'artiste brésilienne Marina Zumi, l'Allemand Dome et le Russe Alexey Luka, trois noms connus dans l'univers du street art, ont interprété le pneumatique et l'ont illustré dans trois œuvres assemblées en une installation magistrale : une pyramide tronquée, grande de cinq mètres, dont trois cotés mesurent plus de vingt mètres, qui a été présentée du 26 au 28 février au Hangar Bicocca, l'espace d'exposition du groupe Pirelli situé à Milan.

L'œuvre réalisée s'inscrit dans une tradition de communication voulue par Pirelli. Mais pour la première fois de l'histoire, Pirelli a choisi cette forme particulière d'expression parce que la rue, la mobilité et le multiculturalisme, qui sont des caractéristiques typiques du street art, sont aussi une part de la culture du manufacturier italien. C'est en effet dans la rue, sur les routes et dans le besoin des gens de se mouvoir, que les pneumatiques prennent leur sens.

Durant l'histoire, Pirelli a souvent illustré les pneumatiques, pas seulement pour leur fonction mais aussi en les sortant de leur contexte et en leur permettant d'évoquer des mondes, des valeurs, des aspirations ou des rêves, capables de donner une âme à ce bout de gomme, qui ne pourrait apparaître au départ

qu'un simple objet noir et rond. Un objet qui est en fait tout sauf facile à fabriquer et qui incarne la technologie et l'innovation : le résultat du talent et de la passion des gens qui le façonnent.

Cet aspect a été souligné par le travail innombrable d'artistes, qui, durant la course du vingtième siècle, ont détourné le pneumatique comme une chaîne (Ezio Bonini), un lion et un éléphant (Armando Testa), un sombrero (Alessandro Mendini), comme un œil, un parapluie et un chapeau (Riccardo Manzi).

Plus récemment, les pneumatiques sont apparus comme un abri contre la pluie, comme des instruments de musique et des lunettes pour regarder le futur (Stefan Glerum).

Aujourd'hui, le pneumatique continue son voyage. A travers le street art, il a été représenté comme une lune par Marina Zumi, comme le protagoniste d'un mouvement d'amour par Dome et comme un lien entre les cultures par Alexey Luka.

En 2010, le Rapport Pirelli a été embelli par des étudiants en photographie du NABA de Milan. En 2011, en illustrations par l'illustrateur Stephan Glerum et en textes par le philosophe Hans Magnus Enzensberger et les écrivains Guillermo Martinez, William Least Heat-Moon et Javier Cercas. En 2012, dans une édition qui a reçu le prix du « Certificate of Typographic Excellence » (Certificat de l'excellence typographique) par « the Type Directors Club » à New York, avec des dessins de Liza Donnelly, dessinatrice pour le *New Yorker*. Dernièrement dans le rapport 2013, dix jeunes talents internationaux, coordonnés par l'écrivain et scénariste Hanif Kureishi, ont travaillé sur le concept de la roue, que chacun a réinventée à travers sa discipline.

Dans le rapport 2014, le travail des street-artists n'apparaît pas juste sous la forme d'images, qui apparaîtront dans la version imprimée du Rapport Annuel Pirelli, mais aussi dans une série de vidéos qui, dans la version digitale, racontent le projet et ses fondements.

*« Le street art est souvent décrit comme la nouvelle avant-garde », explique Christian Omodeo, expert de terrain et créateur artistique. « Il apparaît comme un mouvement artistique de cohésion et l'expression d'une jeune culture internationale unique. Dans les faits actuels, ce qui fait que le street art est si révolutionnaire, c'est qu'il forme une communauté multiculturelle impliquée dans une interaction constante et quotidienne, grâce au web, entre différentes visions du monde. Les artistes de rue ne se préoccupent pas d'une norme artistique mondiale mais adaptent leur langage artistique au contexte géographique, culturel et social dans la ville dans laquelle ils vivent. Ils n'ont pas un lien conventionnel avec leur espace urbain. Ils vont au-delà des limites imposées par le sentiment commun, ils explorent les espaces oubliés de leur ville et inconsciemment, ramènent à la vie ces non-places, qui, comme le dit le Français Marc Augé, ont tendance à rendre la vie contemporaine aliénante. Ce dynamisme, cette énergie et la capacité de ramener les choses à la vie en dessinant un potentiel que la plupart des gens ne parviennent pas à remarquer, c'est quelque chose de clairement visible dans les compétences narratives de Pirelli, ainsi que dans son approche de l'industrie. »*

Ont pris part dans la présentation, avec les artistes, Marco Tronchetti Provera, président directeur général de Pirelli, Antonio Calabro, Senior Advisor Culture de Pirelli, le critique d'art Achille Bonito Oliva et Cristian Omodeo, expert en street art et programmateur artistique du projet.

## **L'initiative #TakePArT sur les réseaux sociaux**

Pour l'occasion, Pirelli a lancé une campagne digitale #TakePArT. Elle vise à impliquer les visiteurs du HangarBicocca. Elle les invite à prendre des photos du travail des trois artistes de rue et de les partager sur les réseaux sociaux en utilisant le hashtag #TakePArT. Les clichés les plus originaux seront publiés sur les réseaux sociaux de Pirelli. Parce que chaque vision individuelle est, par essence, un travail d'art.

## **LES STREET-ARTISTS DU PROJET « PIRELLI ANNUAL REPORT 2014 »**

### **Christian Krämer alias Dome**

Né en 1975, l'artiste de rue vit à Karlsruhe, où il crée également ses œuvres. Fasciné par l'art urbain, il découvre en 1994 dans la bombe de peinture un instrument de l'expression artistique et il commence alors à dessiner sur les murs. Son style apparaît comme une vue surréaliste de la condition humaine.

### **Alexey Luka**

Né en 1983, l'artiste vit à Moscou. Il est le jeune artiste russe le plus innovateur de sa génération. Après avoir fait ses débuts comme artiste en graffiti, il a étudié à la « Moscow Architectural Institute » et a commencé à créer une nouvelle forme d'art de rue. Il base son œuvre sur la critique de la société de consommation et la culture pop en utilisant des lignes colorées et des courbes.

### **Marina Zumi**

Née en Argentine en 1983, l'artiste vit à Sao Paulo, au Brésil. Elle est l'une des premières participantes du groupe d'entraînement expérimental d'art de rue de Sao Paulo. Son style a une vraie touche féminine et prend son inspiration de la nature, de l'univers mais aussi de la vie quotidienne.

### **Christian Omodeo**

Né en 1976 à Rome, le critique d'art et directeur artistique vit maintenant à Paris. Il a étudié l'histoire de l'art en Italie et a travaillé à l'institut National d'Histoire de l'Art de 2005 à 2010. En 2011, il reçoit le prix Nicole. Après avoir été le plus grand expert de l'art Napoléonien, en 2012 il lance une agence spécialisée en art urbain et baptisée Le Grand Jeu.

## **A propos de Pirelli**

Fondé en 1872 et coté au Stock Exchange de Milan depuis 1922, Pirelli est l'un des principaux fabricants de pneumatiques au monde (6,018 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2014). Spécialisée sur le segment haut de gamme, la firme italienne se distingue par la production de pneumatiques Premium bénéficiant d'une technologie de pointe.

Partenaire des plus grands constructeurs automobile Prestige et Premium, Pirelli propose plus de 1 200 pneumatiques homologués. Conçus sur-mesure pour chaque véhicule, ils garantissent un niveau de performance et de sécurité maximal.

Possédant 19 usines réparties dans 13 pays, Pirelli produit des pneumatiques pour les véhicules automobiles, les motos, les bus, les poids-lourds et les véhicules agricoles et les commercialise dans plus de 160 pays, à la fois sur les marchés matures et émergents.

Pirelli est riche d'une longue tradition industrielle, qui s'appuie sur une forte capacité d'innovation pour produire des pneumatiques de qualité et sur une forte image de marque. Grâce à la Formule 1™ cette image de marque est encore plus prégnante : Pirelli est le fournisseur exclusif du Championnat du monde de F1 pour la période 2014-2016 (après la période 2011-2013).

Dans le respect de la stratégie « green performance » du groupe Pirelli, le département R&D s'attache à concevoir des produits et services de pointe et de haute qualité mais avec un impact limité sur l'environnement.