

# Pirelli: raport roczny za 2018

data aktualizacji: 2019.05.17



**Power is nothing without control”, które można przetłumaczyć jako „Moc jest niczym bez kontroli” to hasło, które od 25 lat towarzyszy marce Pirelli na całym świecie. Firma poświęca swój *Roczny Raport za 2018 rok* temu słynnemu sloganowi, świętując rocznicę historiami trzech międzynarodowych autorów, filmem i serią zdjęć, które podsuwają kilka z wielu możliwych interpretacji.**

Start kampanii „Power is nothing without control” przedstawia Carla Lewisa, sfotografowanego przez Annie Leibowitz, w klasycznej pozycji sprintera w blokach startowych w czerwonych butach na obcasie – obraz ten stał się legendarny. Fotografia zrobiona w Teksasie w 1994 r. przez ikonę kreacji reklamowej przekazuje wiadomość, która przetrwała przez lata, ponieważ jest zakorzeniona w produkcji, oponie, a jednocześnie może wykraczać poza granice: w samochodzie, jak w życiu, „moc jest niczym bez kontroli”. Ponadczasowa refleksja, której interpretacje są niewyczerpane, ponieważ pozostawiła mężczyznom i kobietom każdej epoki równowagę między dwoma pozornie sprzecznymi elementami.

**Ta synteza obejmuje również trzech autorów biorących udział w rocznym sprawozdaniu Pirelli z 2018 r. - Adam Greenfield, Lisa Halliday i J.R. Moehringer - każdy z nich proponuje osobistą interpretację mocy i kontroli w dziedzinach związanych również z Pirelli: technologii, sportu i kultury.**

Dla Adama Greenfielda, we fragmencie skoncentrowanym na technologii, „rozdzielenie między mocą a kontrolą jest jednym z głównych wyzwań naszych czasów. Nasze technologie oferują nam coraz więcej mocy w ciągu dnia, ale faktem jest, że nie nauczyliśmy się jeszcze w pełni, jak je kontrolować.”

J.R. Moehringer w swojej historii poświęconej sportowi pisze: „Wszyscy popełniamy błąd, myśląc, że wielcy sportowcy, aktorzy, malarze, lekarze, przedsiębiorcy i inni są obdarzeni specjalnymi mocami. W rzeczywistości każdy człowiek ma specjalne moce. Ci, którzy odnoszą sukcesy, to ci, którzy znajdują sposoby na osiągnięcie trwałej, spójnej kontroli nad swoimi mocami.

**W „Hurrying Slowly”, refleksji nad sztuką i kulturą, Lisa Halliday stwierdza: „Sztuka to podróż, dystans pokonany przez świadomość. Dotyczy to zarówno artysty, jak i widza, wykonawcy i publiczności, pisarza i czytelnika. Moc, która napędza taką podróż, jest niczym bez kontroli, ponieważ kontrola jest tym, co wykorzystuje potencjał artystyczny i kieruje nim.”**

Wideo wykonane przez agencję Young & Rubicam, która 25 lat temu była odpowiedzialna za kreację kampanii z Carlem Lewisem, towarzyszy pracom trzech autorów. Przedstawia moc jako wewnętrzną siłę, która popycha człowieka, aby zawsze wychodził poza schematy i kontrolował ją, jako niezbędny czynnik dla osiągnięcia dowolnego celu. Koncepcje zawarte w filmie są również zilustrowane serią zdjęć, które wzbogacają drukowaną wersję Raportu Rocznego.

### **“ Power is nothing without control”: historia ćwierćwiecza**

Fotografia Carla Lewisa z nagłówkiem „Power is nothing without control” otworzyła drogę do kampanii reklamowej, która odniosła tak wielki sukces, że do dnia dzisiejszego nadal identyfikuje Pirelli.

Idąc za fotografią Annie Leibowitz, w kolejnym roku Gerard di Thame wyreżyserował pełną efektów specjalnych reklamę telewizyjną, w której Carl Lewis podąża ulicami Nowego Jorku. Finałowe ujęcia ujawniają tajemnicę: podeszwa stopy Carla Lewisa wzmocniona wzorem bieżnika opony Pirelli P6000.

Carl Lewis udostępniał swój wizerunek marce Pirelli do 1996 roku. W następnym roku jego miejsce zajęła francuska zawodniczka Marie-José Pérec, wówczas najszybsza kobieta na świecie. Reklama Pirelli rozgrywała się w miejscu pełnym lodu i lawy, z morskimi potworami, wartkimi strumieniami i innymi niebezpieczeństwami, z których bohaterce udaje się ponownie uciec, nosząc na stopach bieżnik opony Pirelli.

Następnie rok 1998, który był rokiem Ronaldo - jego ujęcie z tyłu na wzór posągu Chrystusa Odkupiciela w Rio de Janeiro stało się natychmiastową ikoną nawet poza światem reklamy.

### **Roczny Raport Pirelli od kultury do innowacji**

Od 2010 roku Roczny Raport Pirelli przeszedł transformację - dzięki wkładowi osobistości ze świata sztuki i kultury międzynarodowej - od „prostych” raportów po narzędzia komunikacyjne, które można przeliczyć za pomocą różnych form na rok życia firmy. Rocznik 2010 został na przykład zilustrowany zdjęciami uczniów, zainspirowanych tematyką zrównoważonego rozwoju, z Naba di Milano, natomiast w następnym roku Raport Pirelli został wzbogacony o 18 ilustracji autorstwa grafika Stefana Gleruma.

W 2012 roku rysowniczka i ilustratorka z Nowego Jorku, Liza Donnelly wzbogaciła Raport Roczny swoimi pracami, a w 2013 roku autor i scenarzysta Hanif Kureishi zaangażował dziesięć młodych międzynarodowych talentów, aby przerobić pomysł „koła” w projekcie „Spinning the Wheel”. W 2014 roku „sztuka ulicy” znalazła się w centralnym punkcie Raportu Rocznego Pirelli, w którym zaprezentowano prace artystów z różnych stron świata - z Brazylii Mariny Zumi, z Niemiec Dome i z Rosji Alexeya Luki, które zostały połączone w jedną piramidalną ekspozycję w Pirelli HangarBicocca.

W następnym roku Pirelli zaangażowała rosyjskiego artystę Pokrasa Lampasa, przedstawiciela nowoczesnej kaligrafii, do interpretowania wartości bycia „wyjątkowym” poprzez dwie rzeczy: pismo ręczne i odciski palców. Tom zatytułowano „Każdy znak jest wyjątkowy”.

W 2017 roku marka Pirelli chciała wykorzystać *Raport Roczny* do opowiedzenia historii cyfrowej transformacji firmy w „Data meets passion”, otaczając własną opowieść Pirelli pięcioma rzemieślnikami 4.0, którzy wykorzystali technologie cyfrowe do rozwoju swoich firm. Treść artystyczna i literacka tego tomu była dziełem artysty Emiliano Ponziego i trzech uznanych na całym świecie pisarzy: Mohsina Hamida, Toma McCarthy'ego i Teda Chianga.

Źródło: