

Prodotto

P Zero™ e Cinturato™ P7™
Si allarga la famiglia Pirelli p. 2



Fabbrica

Siamo in Messico
Continua l'internazionalizzazione p. 6



Sostenibilità

Pirelli a Rio+20
The Future we want p. 7



Cultura

La grafica italiana in Triennale
Anche Pirelli in mostra p. 8



399

OTTOBRE
2012

F&N

Fatti&Notizie

Periodico di informazione per il personale del Gruppo Pirelli in Italia

CINTURATO™ P7™ Il nuovo arrivato unisce un carattere racing a un'anima eco

Il Blue incontra il green



Una gomma di classe AA.
Su strada frenate più corte
ma anche minor consumo

di **Carlo Saponaro**

Continua la tradizione di innovazione e massime prestazioni negli pneumatici con il lancio del nuovo **Cinturato™ P7™ Blue**, chiamato così per la sua vocazione ambientale e per i suoi contenuti fortemente innovativi. Dal continuo interscambio tra i ricercatori e i progettisti di Pirelli sono nate soluzioni capaci, da un lato, di entusiasmare gli appassionati di Formula 1™, dall'altro, di mettere a disposizione degli automobilisti il primo pneumatico

con classificazione AA, il massimo livello dal punto di vista dell'impatto ambientale secondo la nuova normativa dell'etichetta europea.

Dopo la presentazione alla fiera internazionale di Essen, in Germania, il **P7™ Blue**, prodotto nello stabilimento di **Settimo Torinese** e in quello di **Slatina** in Romania, è stato testato nell'autodromo di Valencia - in coincidenza con il Gran Premio d'Europa di Formula 1™ dello scorso giugno - e in un tour

continua a pagina 2

Prodotto

segue dalla copertina

stradale di 160 chilometri nella regione circostante, mostrando subito i suoi muscoli "blu". «Abbiamo lavorato con grande attenzione non solo sui materiali e sulla struttura del Cinturato™ P7™ Blue - sottolinea **Maurizio Boiocchi, chief technical officer Pirelli** - ma abbiamo anche introdotto importanti innovazioni a livello di processo. Il risultato è un pneumatico con caratteristiche migliorative che si ritroveranno anche in altre prossime novità Pirelli». L'evoluzione dal Cinturato™ P7™ al P7™ Blue è avvenuta in meno di cinque anni; in particolare, lo sviluppo del "Blue" ha richiesto circa un anno. Fondamentale per il suo sviluppo è stata la collaborazione con i produttori auto. Il confronto con gli ingegneri e i progettisti delle vetture è fonte di stimolo continuo per i nostri ricercatori e aiuta a individuare le aree di miglioramento, oltre che accelerare i processi di progettazione, testing e messa in produzione. «Ogni pneumatico rappresenta una nuova sfida che raccoglie tutte le esperienze che abbiamo già vissuto - sostiene **Boiocchi** - e il Blue diventa il faro della mobilità sostenibile, garantendo più sicurezza insieme alla riduzione dei consumi».

“Il Blue diventa il faro della mobilità sostenibile”

Maurizio Boiocchi

Elevato chilometraggio, spazi di frenata ridotti e bassa resistenza al rotolamento sono le sue "virtù".

Uno pneumatico, quindi, che alle doti già citate, aggiunge anche un elemento molto importante: il risparmio. Con due valenze ben distinte: oltre a quella della tasca; un litro di carburante in meno ogni venti; quella dell'ecologia che permette di diminuire le emissioni grazie a una ridotta resistenza al rotolamento.

La categoria di prodotti Premium si arricchisce di un vero e proprio fiore all'occhiello con il Cinturato™ P7™ Blue, pneumatico destinato al mercato del ricambio per le vetture di cilindrata medioalta, per puntare in maniera decisa all'obiettivo di diventare nel 2015 leader mondiale del segmento, focalizzando l'informazione e la comunicazione sull'importanza di una mobilità sostenibile ed efficiente per far conoscere ai consumatori, in maniera diretta, le qualità di precisione di guida, la sicurezza e la riduzione dei consumi. ☐



P Zero™: 25 anni di corsa

La storia inizia ufficialmente nel 1987 durante il 29esimo rally di Sanremo con la Lancia Delta HF 4WD vittoriosa, mentre a Maranello si festeggiano i 40 anni della Ferrari con la supercar F40. Pirelli partecipa al progetto, crea il P Zero™ da 17 pollici, introducendo per la prima volta gomme con il codice di velocità Z per superare i 240 km/h

di C.S.

Dal lontano 1987 fino ad arrivare ai nostri giorni, il P Zero™, è stato capace di affermarsi come "lo pneumatico sportivo per eccellenza", tanto da essere diventato il preferito per il primo equipaggiamento delle vetture supersportive. Sinonimo di innovazione e di massime prestazioni, il nostro pneumatico UHP (Ultra High Performance) nel corso degli anni si è via via evoluto, sino a divenire quasi un brand, tanto che, tra gli appassionati, non si dice più "ho montato le Pirelli P Zero™", ma è più che sufficiente dire "ho montato le P Zero™".

Sarebbe un errore parlare di un unico P Zero™, perché oltre ai vari modelli, ogni singolo pneumatico, è stato appositamente pensato e sviluppato in cooperazione con gli ingegneri delle case automobilistiche, proprio per quelle vetture su cui successivamente viene montato come primo equipaggiamento: è stato così, per esempio, per la nuova **Porsche 911**, per la **McLaren Mp4 12-c**, e per la **Lamborghini Aventador**. Il P Zero™ è oggi disponibile in 130 differenti misure, con dimensioni che vanno dai 17 fino ai 21 pollici. L'ultimo arrivato in casa P Zero™ è il **Silver**, che promette di affiancare alle prestazioni tipiche del prodotto, un chilometraggio e una durata paragonabili a quelli di gomme ben meno prestazionali. La punta di

diamante della gamma P Zero™ rimane invece il **Trofeo**, declinazione più estrema, pensato per offrire il massimo in termini di prestazioni e di sicurezza, principalmente su pista. Infine, il **Corsa**, pensato per un utilizzo pista+strada, e il classico **P Zero™**, primo equipaggiamento di molte Gt, progettato per offrire grip, prestazione e piacere di guida, senza però trascurare aspetti come rumorosità e comfort. Insomma, dici P Zero™ e ti si apre un mondo fatto di ben 621 omologazioni e 53 milioni di pezzi venduti. Sull'esperienza e sul nome di quel primo pneumatico, si è consolidata una famiglia che ha segnato la storia dell'industria degli pneumatici, confermando Pirelli leader

mondiale delle gomme ad altissime prestazioni. «P Zero™ nasce dall'esperienza dei rally, poi nell'87, quando Ferrari decise di sviluppare la F40, voleva uno pneumatico che le permettesse di andare forte in curva - rivela Maurizio Boiocchi, chief technical officer Pirelli - la nostra risposta fu il P Zero™, una gomma da 17" sviluppata con battistrada asimmetrica, soluzioni bismiscela e per la prima volta il Kevlar nella zona tallone, caratteristiche uniche per l'epoca. Con il passare degli anni, P Zero™ si estende a vetture potenti ma meno estreme, nasce il P Zero™ Rosso da 18 pollici, la gomma si allarga, diventa "rain" e il kevlar va a rinforzare lo pneumatico stesso. Nel 2003-2007 nasce l'esigenza di avere uno pneumatico capace di andare anche in pista e di

Alcuni scatti effettuati durante il test sul circuito Ricardo Tormo di Valencia



sopportare l'evoluzione degli impianti frenanti: vede così la luce il P Zero™ Corsa System. Arriviamo ai giorni nostri, dove potenze nell'ordine dei 600 CV-700 CV sono sempre più diffuse e il P Zero™ arriva fino alla misura di 21 pollici, presentando rinforzi metallici nella zona del tallone dell'asse posteriore». Ad accompagnare questa storia industriale, la tecnologia Pirelli che, dai campi di gara delle monoposto, dai Rally e dalle derivate di serie, trae esperienze e indicazioni per lo sviluppo continuo e l'evoluzione costante degli pneumatici, in modo da proporre soluzioni adeguate all'incessante trasformazione delle esigenze dell'industria automobilistica e dei guidatori. ☐

Fabbriche - Messico

A Silao la ventiduesima fabbrica Pirelli

Il primo stabilimento di produzione di pneumatici in Messico è un passo importante nel piano di sviluppo internazionale



di Simona Gelpi

Siamo quasi nel centro del Messico, a Guanajuato City, cittadina proclamata dall'Unesco Patrimonio dell'Umanità. Tra le strade coloniali c'è un andirivieni di vita frenetica: donne anziane sui marciapiedi che vendono frutta e verdura, bambini in divisa scolastica in attesa dell'autobus e un traffico costante di auto e camion. A trenta minuti di macchina si trova la zona industriale di Silao e un paesaggio completamente diverso. Qui regnano ordine ed efficienza, con le nuovissime e ampie strade che collegano le grandi e moderne strutture aziendali come quella della Volkswagen, così come la nuova univer-

sità e, naturalmente, il primo stabilimento di produzione di pneumatici Pirelli in Messico, che è stato inaugurato lo scorso maggio alla presenza dell'ex Presidente del Messico Felipe Calderón Hinojosa e del Presidente e Amministratore Delegato di Pirelli, Marco Tronchetti Provera.

Felipe Calderón, riconoscendo il significativo investimento di Pirelli, ha sottolineato l'importanza della nuova fabbrica a Silao per l'economia locale e per le case automobilistiche che lì operano, innanzitutto GM, che proprio a Silao ha un impianto di notevoli dimensioni. Marco Tronchetti Provera ha osservato che la presenza di Pirelli in Messico è un passo im-

La fabbrica produrrà già quest'anno 400 mila pezzi per arrivare a 3,5 milioni di pezzi nel 2015 e 5,5 milioni di pezzi nel 2017

portante nel piano di sviluppo internazionale. «Questo è un paese che offre eccellenti opportunità sia per la positiva e crescente domanda locale sia per la sua posizione strategica, rendendola una base industriale ideale per servire l'intera area NAFTA, che

riteniamo uno dei mercati più promettenti per il successo della nostra strategia Premium».

Il nuovo stabilimento creerà circa mille nuovi posti di lavoro da qui al 2013: 700 dipendenti diretti del gruppo e altri 300 occupati nell'indotto. A regime lo stabilimento occuperà ulteriori 700 dipendenti diretti e 100 indiretti, per un totale complessivo di 1.800 posti di lavoro. Con i suoi 135mila mq la fabbrica produrrà già quest'anno 400 mila pezzi per arrivare a 3,5 milioni di pezzi nel 2015 e 5,5 milioni di pezzi nel 2017. L'investimento di Pirelli è pari a circa 300 milioni di dollari tra il 2011 e il 2015. Al 2017 sono previsti ulteriori 100 milioni di dollari, con un investi-

mento totale stimato pertanto pari a circa 400 milioni di dollari. Pirelli ha inoltre voluto garantire un impianto e un processo di produzione totalmente "green", in linea con la strategia di costante innovazione tecnologica dei propri siti produttivi che, nel 2015, porterà ad avere il 60% della produzione, derivante da impianti con meno di 10 anni di vita. A Silao è, infatti, previsto un forte impegno nella produzione di pneumatici conformi alla strategia "green performance", ovvero prodotti in grado di coniugare le performance su strada con il contenimento dell'impatto ambientale in termini di mi-

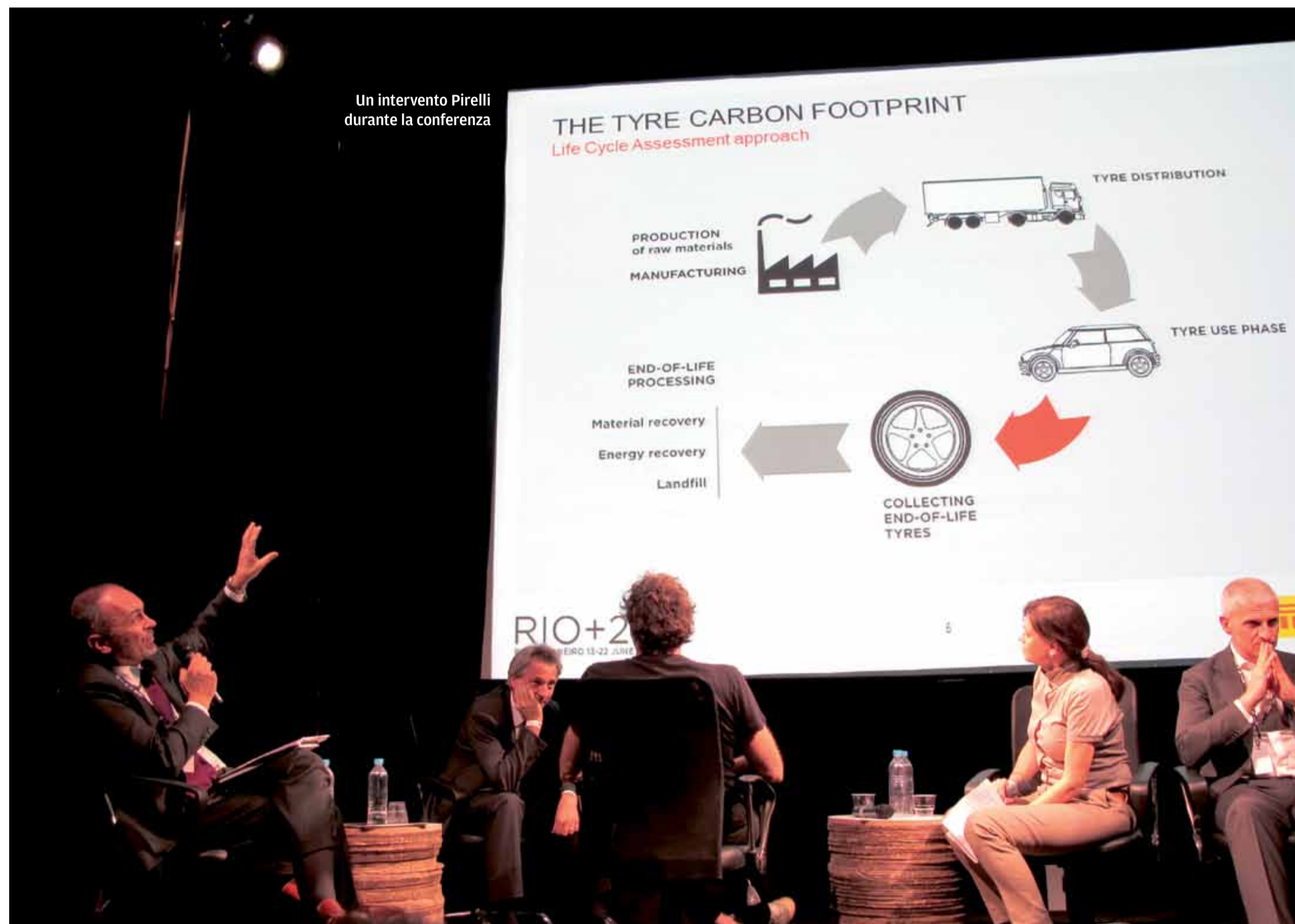
nore resistenza al rotolamento - con conseguente diminuzione dei consumi - e di riduzione della rumorosità. L'attenzione ai temi ambientali ed energetici ha portato anche alla creazione di un centro di trattamento delle acque residuali per ottimizzare il consumo e alla scelta di installare una serie di sensori di ultima generazione che permetteranno di ridurre al minimo gli sprechi di acqua e di energia elettrica. Per non alterare l'equilibrio ambientale, Pirelli inoltre ha trapiantato, nei dintorni dell'area dove sorge la fabbrica, tutti gli alberi inizialmente estirpati, in perfetta armonia con le bellezze di Guanajuato City. ☐

NUMERI

Quello inaugurato a Silao è il 22° stabilimento di Pirelli. Il 23° sarà a Giacarta, in Indonesia, e partirà nel 2013. Poi sarà la volta dell'Argentina. Con le aperture degli ultimi mesi, in Russia e Messico, il numero di dipendenti della società è cresciuto da 34mila a circa 36mila persone. In Italia, oltre al quartier generale di Milano, la storica Bicocca, le fabbriche sono 3: Bollate, Figline Valdarno e Settimo Torinese, quest'ultima rinnovata da poco fino a diventare lo stabilimento più avanzato dal punto di vista della tecnologia e dell'impatto ambientale. Lo stabilimento di Yanzhou, in Cina, è stato raddoppiato nel 2007. In Brasile gli impianti sono 5, il più grande a Feira de Santana, nella regione di Bahia.

Rio +20, le imprese si tingono di verde

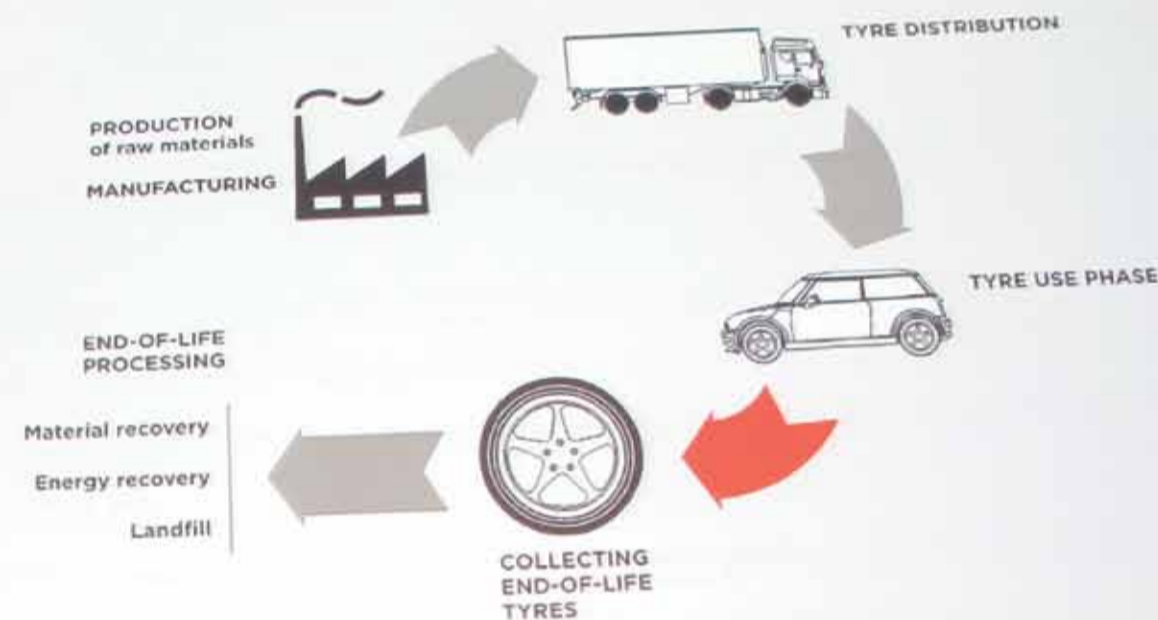
Un viaggio verso il futuro che vogliamo. La Conferenza torna in Brasile, il Paese che più di ogni altro sta cercando di crescere nel rispetto dell'ambiente e Pirelli non poteva mancare



Un intervento Pirelli durante la conferenza

THE TYRE CARBON FOOTPRINT

Life Cycle Assessment approach



RIO+20
FEB 13-23 2012

di Pierluigi Zaccaria

Èra il 1992 quando, a Rio de Janeiro, si teneva la prima Conferenza sull'ambiente e sullo sviluppo (detta comunemente Conferenza di Rio) che coinvolse i Capi di Stato su temi legati all'ambiente. Centosettantadue i governi, 108 i Capi di Stato, 2.400 i rappresentanti di organizzazioni non governative e oltre 17.000 le persone che presenziarono il forum e, per la prima volta, si usò il termine "sviluppo sostenibile". A vent'anni dalla prima conferenza i Governi di tutto il mondo si sono riuniti ancora una volta attorno a un tavolo, ponendo al centro dell'agenda politica il tema della "green economy". A giugno, infatti, è andato in scena il

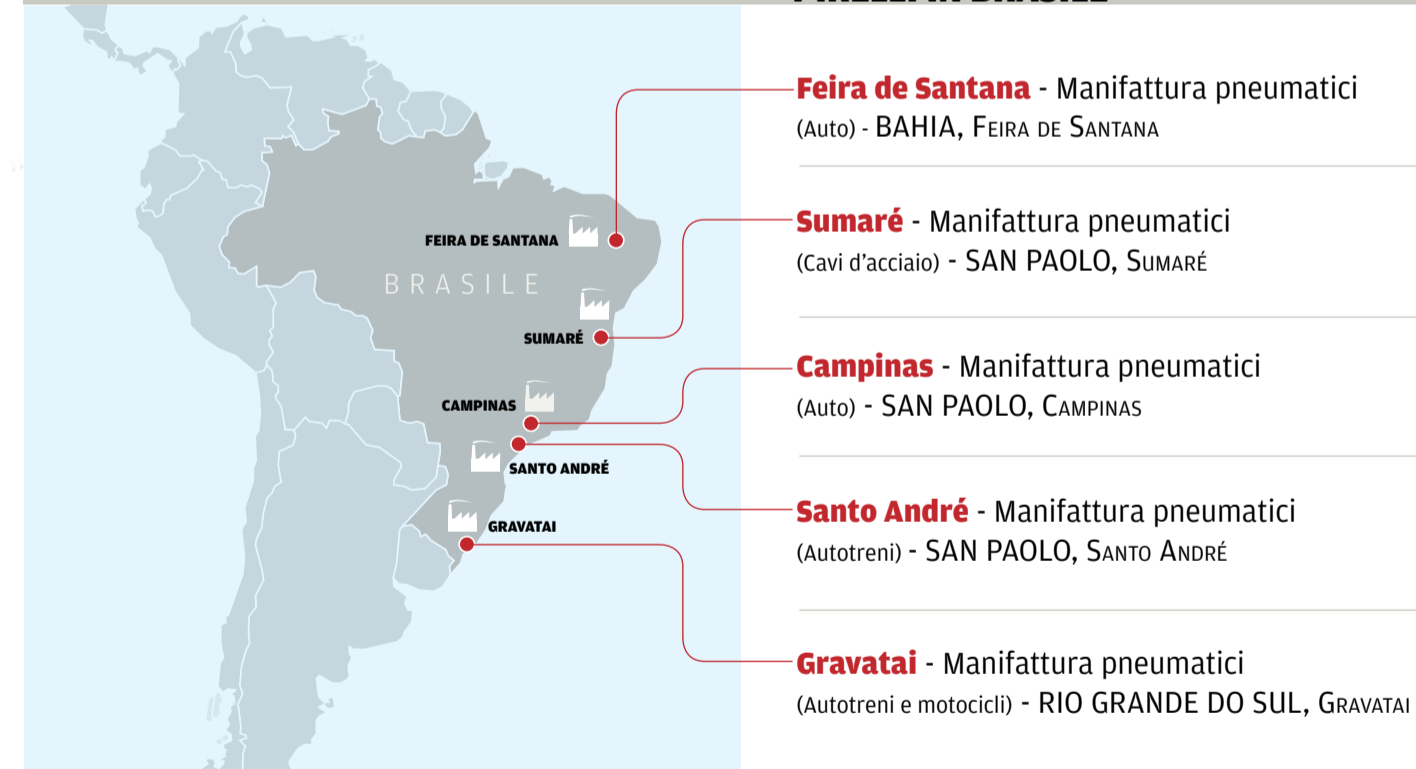
summit a cui hanno partecipato enti, mediatori politici e giornalisti, nel corso del quale oltre 200 multinazionali hanno consegnato al Segretario generale delle Nazioni Unite Ban Ki-Moon una lista di impegni volontari, etici e ambientali. E non sono mancate di certo le eccellenze italiane: Illy, Gucci, Eni, solo per citarne alcune. E Pirelli? Non è rimasta di certo a guardare. Il 18 giugno sulla scia delle numerose iniziative in termini di responsabilità sociale e ambientale che ci hanno coinvolti negli ultimi anni, abbiamo presentato alcuni progetti che saranno realizzati in Brasile con la collaborazione del Ministero dell'Ambiente italiano e lo stato brasiliano di San Paolo. L'obiettivo è impegnativo e allo stesso tempo

stimolante: analizzare e ridurre l'impatto sul clima derivante dal ciclo di vita degli pneumatici prodotti nello stabilimento di Campinas. A presentare i progetti il direttore Sostenibilità e Governo dei Rischi di Pirelli, Filippo Bettini, alla presenza del Ministro Corrado Clini e del presidente di Pirelli Brasile, Paolo Dal Pino. «Le aziende hanno un dovere e un ruolo pionieristico di ulteriore spinta soprattutto in questo momento storico - ha sottolineato Filippo Bettini - deve esserci un grande impegno e una grande promessa affinché, grazie all'innovazione e alla tecnologia che le imprese sono chiamate a sviluppare, possano rendersi disponibili alla crescita sostenibile del mondo». In particolare, Pirelli si impegna a rilevare,



Il padiglione Italia alla tre giorni di Rio+20

PIRELLI IN BRASILE



OBIETTIVI SOSTENIBILI

Le azioni condotte da Pirelli per contenere gli impatti ambientali hanno portato nel 2011 la diminuzione dell'8% dei consumi specifici di energia e delle emissioni di CO₂, rispetto al 2009, con previsione entro il 2015 di una riduzione del 15%, e il 28% in meno di prelievi specifici d'acqua, con obiettivo entro il 2015 di ridurre al 70%. Pirelli è inoltre impegnata attivamente nella gestione della filiera di raccolta e nella messa a punto di nuove soluzioni per il recupero di pneumatici fuori uso (PFU). In Brasile, attraverso l'associazione del settore, ANIP, Pirelli partecipa al consorzio Riciclanip che nel 2011 ha raccolto circa 320mila tonnellate di pneumatici a fine vita.

DOW JONES INCORONA PIRELLI PER LA SESTA VOLTA

Pirelli è stata confermata per il sesto anno consecutivo leader mondiale nel settore Autoparts and Tyres negli indici di sostenibilità Dow Jones Sustainability World e Dow Jones Sustainability Europe, con 86 punti rispetto a una media di settore pari a 53 punti.

adottando metodologie di calcolo riconosciute a livello internazionale, l'impronta di carbonio (carbon footprint) relativa all'intero ciclo di vita di un nostro pneumatico rappresentativo prodotto nello stabilimento car di Campinas (il Cinturato™ P7™ 205/55 R16). Questo studio include anche l'individuazione degli interventi economicamente più sostenibili ed efficienti per ridurre le emissioni di gas a effetto serra legate al ciclo di vita dello stesso pneumatico. «La rivelazione della carbon footprint - ha spiegato Filippo Bettini - è legata anche all'acquisto di una delle materie prime fondamentali per produrre pneumatici, la silice, che negli ultimi anni sta sostituendo gradualmente il carbon black. Anziché

estrarla dalla sabbia con un processo energivoro e poco sostenibile (metodo convenzionale), Pirelli ha messo a punto una tecnologia che consente la produzione della stessa partendo dalla lolla di riso, ovvero l'involucro esterno del grano di riso. Questo procedimento consente il recupero pressoché totale di materia e di energia da un prodotto di scarto. L'assenza di combustibili fossili nel processo di lavorazione e la conseguente riduzione delle emissioni di gas serra sono tra i principali vantaggi di questa tecnologia Pirelli». Ma non è tutto. Sfruttando la posizione geografica molto favorevole del Brasile, un secondo progetto prevede l'analisi tecnica ed economica per l'integrazione della tecnologia solare termica in alcune fasi del processo

di produzione, in sostituzione di fonte energetiche fossili. Tutto ciò non rappresenta per Campinas una novità, visto che in ambito ambientale lo stabilimento ha già ricevuto lo scorso marzo il premio della FIESP (Federazione degli Industriali dello Stato di San Paolo) per il progetto di riutilizzo totale delle acque impegnate nella produzione degli pneumatici. Queste iniziative si inseriscono nella lista degli impegni che Pirelli ha assunto nel corso del Sustainability Day e testimoniano, in linea con gli obiettivi di sostenibilità del Piano Industriale, il nostro intento per la realizzazione di un modello di crescita sostenibile ed efficiente. ☐

FONDAZIONE PIRELLI In esposizione pubblicità, immagini, fotografie, cataloghi e opuscoli Pirelli



Pirelli espone grafica e pubblicità. Ne è un'esempio questa fotografia realizzata dallo studio Publifoto nel 1956 che ritrae un impianto pubblicitario davanti al cantiere del grattacielo Pirelli, pubblicità di Roberto Menghi e Armando Testa "Atlante. Il gigante che fa molta strada"

Flash News

PIRELLI-ASTON MARTIN: UN ACCOCCIAMENTO PRESTIGE

Ci vogliono "superpneumatici" per gommare le supercar e con il primo equipaggiamento della nuova Aston Martin Vanquish Pirelli conferma la fiducia di un costruttore di auto da sogno. Le misure 255/35 ZR20 per le ruote anteriori e 305/30 ZR20 per le posteriori dell'Aston Martin Vanquish si aggiungono alle oltre 250 omologazioni ottenute da Pirelli negli ultimi 5 anni per auto ad alte prestazioni. Restando in casa Aston Martin, anche le DBS Coupé, DBS Volante e V12 Vantage adottano gli pneumatici estivi P Zero™ e P Zero™ Corsa (appannaggio anche della ONE 77 e della Zagato V12), oltre all'invernale Sottozero™ Serie II.

DIECI ANNI IN GEORGIA

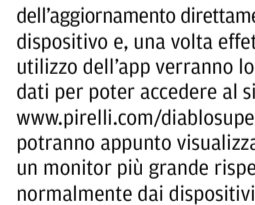
Dieci anni fa nella contea di Floyd Park, Rome, nello stato della Georgia, iniziava l'avventura di Pirelli. Centoventisette ettari per la produzione di pneumatici, e quartier generale logistico per il business negli Stati Uniti e in Canada. La struttura,



ospita oggi uno dei cinque centri R & D di Pirelli e impiega oltre 250 persone in ruoli aziendali, di produzione e di ingegneria. Il decimo anniversario è stato celebrato con l'inaugurazione di una mostra al Rome Area History Museum, e per l'occasione è stato esposto il primo pneumatico prodotto nell'impianto americano. Alla cerimonia hanno partecipato, per Pirelli, Paolo Ferrari, Responsabile della Region, Angie Lewis, presidente della Camera di Commercio di Rome e il Senatore degli Stati Uniti, Johnny Isakson.

APP PIRELLI DIABLO SUPER BIKER, NUOVE FUNZIONALITÀ

È tempo di aggiornamenti per l'applicazione Diablo Super Biker che permette a chi l'ha già installata, e a quelli che vorranno installarla in futuro, di scaricare e visualizzare direttamente sul proprio computer o iPad i percorsi registrati con i propri dispositivi mobili agevolandone così la visualizzazione più nel dettaglio e la condivisione degli stessi sui social network. Tutti gli utenti che già possiedono l'applicazione visualizzeranno la disponibilità



dell'aggiornamento direttamente sul proprio dispositivo e, una volta effettuato, al primo utilizzo dell'app verranno loro richiesti i dati per poter accedere al sito online <http://www.pirelli.com/diablosuperbiker> dal quale potranno appunto visualizzare i loro percorsi su un monitor più grande rispetto a quello offerto normalmente dai dispositivi mobili.



Periodico di informazione per il personale del Gruppo Pirelli in Italia

Reg. Trib. Milano n. 1813 del 3/12/1949
Periodico Associato all'ASCAI

Direttore responsabile Barbara Lightwood

Coordinamento editoriale Maurizio Abet

Responsabile di redazione Simona Gelpi

Redazione Carlo Saponaro

E-mail fn.redazione@pirelli.com

Sede Viale P. e A. Pirelli, 25 – Milano

Stampa Graphicscalve SpA

Progetto Grafico Leftloft – www.leftloft.com



MISTO
Carta da fonti gestite
in maniera responsabile
FSC® C019251

di **Fiorella Poppi**

Dal 13 aprile 2012 al 24 febbraio 2013 alla Triennale di Milano è in scena la quinta edizione del Museo del Design con l'esposizione "Italy: the Graphic Landscape". In mostra annunci pubblicitari, cataloghi, immagini e fotografie provenienti dall'Archivio Storico della Fondazione Pirelli e realizzate da importantissimi nomi della grafica che hanno lavorato per Pirelli: da Manzi a Noorda, da Fletcher a Scopinich, da Bonini a Tovaglia. «La nuova edizione del Triennale Design Museum, dedicata alla grafica italiana, è un'opportunità che viene offerta ai milanesi, agli appassionati e a tutti coloro che vorranno visitare questo spazio di cultura, di arte, per conoscere a fondo un altro aspetto della creatività del nostro Paese. Ha detto il sindaco di Milano, Giuliano Pisapia all'inaugurazione dell'esposizione. "TDM5: grafica italiana" è un importante arricchimento per una città sempre più internazionale e che vuole diffondere le sue eccellenze. In particolare la grafica racconta di una storia entusiasmante di bellezza, in gran parte, una storia milanese e di tanti che hanno scelto Milano come laboratorio di idee. Il design educa alla

bellezza fin da piccoli, educa anche all'ambiente, perché si diffonde sempre di più un'attenzione ai materiali biologici e alle energie alternative. La Triennale è uno dei luoghi dell'innovazione e l'innovazione è lo strumento principale contro la crisi e per lo sviluppo. Esposizioni come queste vanno, quindi, incentivate, anche nell'ottica di sostenere i giovani che vogliono contribuire all'affermarsi della creatività italiana».

La mostra parte dalle premesse storiche, dalle radici culturali e dai momenti-chiave del graphic design italiano presentando vicende, figure, fenomeni che hanno accompagnato e sostenuto gli sviluppi culturali, sociali, economici e politici del nostro Paese. Pirelli percorre trasversalmente l'evoluzione del design italiano con le sue campagne pubblicitarie, le opere dei grandi maestri che da sempre hanno collaborato con la società, affa-

Pirelli percorre trasversalmente l'evoluzione del design italiano con le sue campagne pubblicitarie e le opere dei grandi maestri

scinati, forse anche da questo materiale, così duttile, così moderno: la gomma. Dal manifesto di Scopinich, "Camminate Pirelli", del 1948, alle campagne pubblicitarie firmate da Giulio Confalonieri e Ilio Negri, nel 1959 e del 1962 fino alle locandine di Milas sugli stabilimenti nel mondo. Fino alle testimonianze fotografiche come lo scatto realizzato dallo studio Publifoto nel 1956, che ritrae un impianto pubblicitario davanti al cantiere del grattacielo Pirelli, pubblicità di Roberto Menghi e Armando Testa "Atlante. Il gigante che fa molta strada". La storia del design italiano in mostra in Triennale, per la quinta volta consecutiva, non può prescindere dall'apporto creativo dato dai maestri della grafica al percorso culturale di Pirelli che, con i suoi valori e i suoi prodotti non ha mai smesso di ispirare i grandi artisti italiani. ☺

INSIEME PER L'EMILIA

Collegi e azienda insieme raggiungono i 100.000 euro

Si è chiusa a fine luglio la prima raccolta fondi lanciata da Pirelli a sostegno dell'attività della Confederazione Nazionale dell'Artigianato e della Piccola e Media Impresa Regionale www.cnaemiliaromagna.it a supporto della ripresa delle piccole e medie imprese colpite dal terremoto del 20 maggio scorso. Il riscontro è stato decisamente posi-

tivo: al 30/06/2012 - data chiusura campagna - insieme abbiamo donato 1.590 ore di lavoro per un controvalore di 41.794 euro. Inoltre Pirelli, che si era impegnata a donare una cifra pari a quella devoluta dai suoi dipendenti, ha scelto di arrivare a un contributo di 58.206 euro al fine di raggiungere i 100.000 euro totali di donazione. Come da accordi con Pirelli,

al massimo entro ottobre 2012, CNA destinerà il contributo economico alle situazioni più urgenti riscontrate sul territorio. Ricordiamo che fino al 29 dicembre rimarrà aperta la campagna di raccolta fondi di Confindustria e CGIL-CISL-UIL. Per domande e informazioni: insiemeperlemilia@pirelli.com

