



## **COMMUNIQUE DE PRESSE**

*Berlin, 20 novembre 2008* - L'édition 2009 du Calendrier Pirelli, objet de culte depuis plus de 40 ans pour les amoureux de la photographie, de la beauté et de l'évolution des mœurs, a été présenté en avant-première hier à Berlin, à « The Station », la vieille gare de chemin de fer où, jusqu'à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, on prenait le train pour se rendre à Dresde, à Vienne et à Prague.

Le cadre du 36<sup>e</sup> « The Cal » se constitue des paysages du Botswana où, en mai dernier, le célèbre photographe Peter Beard a immortalisé, pendant dix jours, sept mannequins de renommée internationale. Ayant vécu au Kenya pendant trente ans, Beard est l'un des plus grands interprètes actuels du mystère et du charme de l'Afrique.

Après être allé en Chine, illustrée par Patrick Demarchelier qui a su associer les anciennes maisons de thé à la modernité des métropoles orientales, le Calendrier Pirelli se rend dans l'un des rares pays africains ayant su demeurer vierge et sauvage, non tourmenté par la guerre et présentant la plus haute concentration d'animaux.

L'œil de Peter Beard a choisi une terre authentique et ancestrale, qui naît de la contraposition de deux mondes différents : l'oasis aquatique du delta de l'Okavango et le désert de sable aride du Kalahari. Un lieu auquel le temps a épargné l'exploitation du territoire et l'épuisement des ressources, où l'auteur a voulu représenter la Nature comme une entité métaphysique toujours en mouvement, comme une source à la créativité infinie qui établit les rythmes et les lois selon lesquels toute chose doit trouver son commencement et sa fin.

Une Nature décrite comme étant à la fois puissante et meurtrie, avec une vision harmonieuse du milieu qui s'inspire du courant naturaliste américain du XIX<sup>e</sup> siècle. A travers l'objectif de Beard, la Nature lance un cri de colère et elle se rebelle face à l'incapacité de l'homme d'allier le développement et la croissance avec sagesse et dans le respect de toutes les diversités. C'est dans ce cadre que survivent difficilement les éléphants, désormais relégués dans des espaces de plus en plus restreints, qui sont les véritables protagonistes de cette édition de « The Cal ». Les éléphants sont une métaphore du genre humain, tandis que l'Afrique symbolise notre monde dévasté qui doit retrouver l'harmonie perdue.

Beard ne concède aucun privilège aux hommes. Il considère que, comme tous les autres animaux, ils doivent respecter les équilibres naturels. Il pense que tous ont un futur amer, dans la mesure où ils devront vivre dans un milieu rendu de plus en plus inhospitalier par un développement aveugle et sauvage, un monde où la qualité de la vie se dégrade progressivement et doit tenir compte d'une nature qui se rebelle.

Le seul espoir est la beauté. Beard estime que la clé du salut du genre humain est sa recherche constante de la vérité et de la beauté. Donneuses de vie, les femmes de Beard sont à l'origine de toute chose et leur grâce continue de se préserver. Elles se présentent telles des figures nées du ventre de la Nature, héroïques, pleines de force, marquées dans les traits et fortes dans les mouvements, comme des statues symbolisant la créativité et la capacité de la Nature de se régénérer. « Only beauty can save the world » est le message des clichés du nouveau Calendrier Pirelli qui en appelle à la pensée de Fiodor Dostoïevski.

Les sept mannequins posant pour le Calendrier sont : la Canadienne Daria Werbowy, les Brésiliennes Emanuela de Paula et Isabeli Fontana (qui fit ses débuts dans le Calendrier 2005 de Patrick Demarchelier), les Néerlandaises Lara Stone et Rianne Ten Haken, la Polonaise Malgosia Bela et l'Italienne Mariacarla Boscono (qui débuta en 2003 avec Bruce Weber et continua en 2004 avec Knick Knight).

Le résultat final consiste en un calendrier-journal dans lequel Peter Beard voit « une sculpture vivante ». Les 56 planches du nouveau « The Cal » sont un collage dense d'images. De citations et de remarques de l'artiste sur l'environnement, les changements climatiques et le réchauffement de la planète, la surpopulation du globe et l'épuisement des ressources naturelles. « Ma véritable préoccupation – confie l'artiste – est la destruction de la nature au niveau global. Nous avons complètement oublié sur quoi se base l'évolution et à quel point la diversité de la nature est importante. Tel est le concept qui est à la base de la survivance ».

Fidèles au message exprimé par le photographe Peter Beard, le Calendrier Pirelli et la soirée de Gala au cours de laquelle sera présentée de l'édition 2009 seront à Impact Zéro ®. En adhérant au projet de LifeGate, Pirelli contribuera à la création et à la protection d'une zone forestière au Costa Rica qui sera à même d'absorber les émissions de CO2 générées par les activités de production et d'impression du Calendrier et par l'événement de présentation. En outre, pour réduire la nuisance écologique, le Calendrier sera imprimé sur du papier poreux naturel et sans plomb.

\*\*\*

Contact pour les médias:

Pirelli Tyre (Europe) SA; Swiss Market, St. Jakobs-Strasse 54, 4056 Basel

Frau Zita Zanier – PR Assistant – Tel 061 316 43 62 Mobile 079 789 04 41 E-Mail [zita.zanier.ex@pirelli.com](mailto:zita.zanier.ex@pirelli.com)

Herr Dieter Jermann – Director Swiss Market - Tel 061 316 47 00, E-Mail [dieter.jermann@pirelli.com](mailto:dieter.jermann@pirelli.com)

Fax 061 316 42 28

## PETER BEARD

Peter Beard est né à New York en 1938. Enfant, il a vécu à New York, en Alabama, et à Bayberry Point, Islip, à Long Island. Il a rédigé un journal intime depuis son plus jeune âge et a pris ses premières photos à douze ans. Très vite la photo est devenue partie intégrante de sa vie, une façon de conserver une trace de ses vacances ou de tout ce qui le passionne. En 1957 il s'inscrit en première année de médecine à l'Université de Yale, mais il a rapidement le sentiment que les êtres humains représentent la maladie en soi, ainsi il opte sans plus attendre pour Histoire de l'art, étudiant sous l'égide de Vincent Scully, Joseph Albers et Richard Lindner.

En 1955 et en 1960, il effectue des voyages en Afrique qui vont polariser son attention. Après s'être diplômé à Yale, il retourne au Kenya. Entre temps, grâce à son cousin Jerome Hill, il a fait la connaissance à Rungstedlund, au Danemark, de Karen Blixen (qui publiait sous le pseudonyme de Isak Dinesen), l'auteur de *La ferme africaine*, *Ombres sur la prairie*, *Sept contes gothiques* et *On Mottos of My Life*. Au début des années 60, il travaille au Parc national de Tsavo au Kenya, époque à laquelle il photographie et documente la mort de plus 35 000 éléphants et 5000 rhinocéros noirs. Il publiera en 1965 un album intitulé *La fin d'un monde (The End of the Game)*, réédité et actualisé en 1977. Ces années-là, il achète Hog Ranch, la propriété adjacente à celle de Karen Blixen, près des collines du Ngong, et en fait son point de chute pour ses séjours en Afrique orientale. Beard a écrit d'autres livres sur son expérience africaine : *Eyelids of the Morning: The Mingled Destinies of Crocodiles and Men* (1973), *Longing for Darkness* (1975), dont un ouvrage plus récent écrit pour sa fille, *Zara's Tales: Perilous Escapades in Equatorial Africa* (2004). Son dernier livre, *Peter Beard*, a été publié par Taschen en novembre 2006.

Il réalise sa première exposition à la Galerie Blum Helman à New York en 1975, puis l'installation qui l'a rendu célèbre en 1977 au Centre international de la Photographie de New York. Pour la première fois seul en scène, il expose ses photos, des carcasses d'éléphants, des journaux brûlés, des animaux empaillés, des objets de l'artisanat africain, des livres et des souvenirs personnels.

Outre à créer des œuvres d'art originales, Beard a collaboré à des projets avec de nombreux artistes de renom, tels que Andy Warhol, Andrew Wyeth, Richard Lindner, Terry Southern, Truman Capote et Francis Bacon, avec lesquels il s'est lié d'amitié.

En 1996, peu après avoir été chargé et piétiné par un éléphant, sa première grande rétrospective est inaugurée au Centre national de la Photographie à Paris, suivie d'autres expositions à Berlin, Londres, Toronto, Madrid, Milan, Tokyo et Vienne. Il vit aujourd'hui entre New York, Montauk Point et le Kenya avec sa femme Nejma et sa fille Zara.

## DARIA WERBOWY

Daria Werbowy vient de Toronto, Canada, mais sa famille est d'origine ukrainienne. Daria a connu un succès fulgurant dans le monde de la mode et aujourd'hui, mannequin affirmé, son nom est partout en tête de liste. Elle signe avec Models.com, dont elle sera le premier modèle de leur Top 50 pendant plusieurs années consécutives.

La grande occasion de Daria est la rencontre avec le photographe de mode **Steven Meisel**, qui tombe sous le charme de sa beauté classique et lui réserve l'exclusivité pour la collection **Prada** automne-hiver 2003. Elle fait également le défilé de la collection printemps-été 2004. Puis Daria devient mannequin vedette de **Gucci** dans sa campagne automne-hiver 2004, fait les publicités printemps-été 2005 pour **Chanel**, **David Yurman** et **Missoni**. Elle est ensuite la protagoniste des publicités automne-hiver 2005 d'**Yves Saint Laurent**, fait une autre saison chez **Chanel** et devient un des nouveaux visages de **Gloria Vanderbilt**. En 2005, Daria signe un contrat global de plusieurs années pour représenter **Lancôme** dans des publicités pour le cinéma, la télévision et aussi pour la presse écrite. Elle devient l'ambassadrice de la marque et pose pour son dernier parfum, *Hypnôse*. Actuellement Daria est mannequin vedette des campagnes publicitaires de **Valentino**, **H&M**, **Hermes**, **Missoni**, et **Lancôme**.

Dans sa première saison de défilés internationaux, Daria a marché sur quelque 30 passerelles pour des stylistes de premier plan comme **Calvin Klein**, **Ralph Lauren**, **Donna Karan**, **Marc Jacobs**, **John Galliano**, **Balenciaga**, **Dolce & Gabbana**, **Gucci**, **Versace**, **Christian Dior**, **Yves Saint Laurent**, **Stella McCartney**, **Alexander McQueen**, **Mui Mui**, et naturellement **Prada**.

Daria travaille régulièrement avec les photographes de mode professionnels les plus connus : **Steven Meisel**, **Mario Testino**, **Peter Lindbergh**, **Karl Lagerfeld**, **Juergen Teller**, **David Sims**, **Mario Sorrenti**, **Craig McDean**, **Patrick Demarchelier**, **Mikael Jansson**, **Nathaniel Goldberg**, **Greg Kadel**, **Bruce Weber**, **Inez Van Lamsweerde & Vinoodh Matidan** et **Mert & Marcus**, pour n'en citer que quelques-uns. Elle a même eu la chance de travailler avec la légendaire icône aujourd'hui disparue, **Helmut Newton**.

Les grands magazines de mode comme **Vogue** (US, Italie, Angleterre, France, et Japon), **Harper's Bazaar**, **W**, **Numero**, **V** et **PoP** présentent Daria régulièrement. Elle fait la Une de **Numero**, **V**, **W**, **GQ** et enchaîne un total extraordinaire de six couvertures pour **Vogue Italie**. Daria a fait la couverture de septembre 2004 de **Vogue US** où elle a été décrite comme l'un des visages les plus marquants dans le cadre du « Retour du supermodel ». Elle a aussi la vedette sur la couverture du numéro de mars 2005 « Top Models » de **Vogue France**, ainsi que sur celle du numéro spécial de septembre 2005 pour le 25<sup>ème</sup> anniversaire de **i-D**.

Actuellement Daria habite New York.

## EMANUELA DE PAULA

Emanuela de Paula est née dans la petite ville portuaire de Cabo de Santo Agostinho dans l'État du Pernambuc, **Nord-Est du Brésil**. Son **intérêt** pour la mode et le mannequinat s'est manifesté très tôt et elle a tout de suite fait preuve de persévérance. À 15 ans elle **va s'installer à São Paulo** pour faire carrière et signe avec l'agence Marilyn en 2005. **Elle arrive à New York** peu de temps après et depuis lors, c'est sa résidence principale. Ses origines ethniques diverses ont fait d'elle la préférée du public dès ses débuts à la Semaine de la mode de New York. Emanuela est une fille exceptionnelle et très simple à la fois, elle demeure l'un des modèles les plus demandés parmi ceux qui travaillent aujourd'hui.

**Éditoriaux:** *W Magazine, Allure, French Revue de Modes, Vogue Magazine, I-D, V Magazine, Self Service, Teen Vogue, Marie Claire Italie*

**Campagnes:** DKNY, Tommy Hilfiger, Alexander Herchovitch, Mac Cosmetics, The Gap, Gap Body, H&M, et Victoria's Secret

**Photographes:** Michael Thompson, Patrick Demarchelier, Greg Kadel, Thierry Le Goues, Arthur Elgort, Nick Heavican, Mark Squires, Ezra Petronio, Max Cardelli

## ISABELI FONTANA

Avec sa beauté unique et sa présence époustouflante sur les passerelles, Isabeli a embrasé le monde de la mode plus qu'aucun autre modèle ces dernières années. On a vu ce mannequin apparaître dans quasiment tous les principaux magazines de mode du monde. Les principaux stylistes, rédacteurs et photographes de l'industrie se l'arrachent en permanence.

Isabeli est née dans le village de Curitiba, au Sud du Brésil. Elle a été découverte à treize ans quand elle s'est inscrite à un concours de mannequins.

Isabeli est mannequin à New York depuis 1996 et elle est sans doute le modèle le plus populaire dans le monde. Elle a été le visage de diverses campagnes publicitaires dont celles de **Balenciaga, Versace, Chanel, Valentino, Hermes, Hussein Chalayan, Armani Jeans, Oscar de la Renta, MaxMara**, et **Nicole Farhi**. On peut maintenant voir Isabeli dans la campagne du parfum Flowerbomb de **Viktor & Rolf**, shootée par **Inez Van Lamsweerde** et **Vinoodh Matadin**, et aussi dans celle de Crystal Noir, de **Versace**, shootée par **Steven Meisel**.

Isabeli travaille régulièrement avec les photographes les plus talentueux de l'industrie de la mode dont entre autres : **Steven Meisel, David Sims, Mario Testino, Mert Alas & Marcus Piggott, Inez Van Lamsweerde & Vinoodh Matadin, Solve Sundsbo, Peter Lindbergh, Mario Sorrenti, Alasdair McLellan, Dan Jackson** et **Patrick Demarchelier**.

Isabeli a aussi fait un nombre incalculable de couvertures, que ce soit de magazines de haute couture ou génériques : **Vogue** (US, France et Brésil), **Self Service, Numero, i-D, Doingbird** et **Time**.

Isabeli est non seulement un modèle incroyable, c'est aussi une femme d'affaires avisée. Elle a créé sa propre marque de vêtements pour enfants, destinée au marché brésilien.

## LARA STONE

Lara Stone est née et a grandi aux Pays-Bas. Elle a travaillé avec les meilleurs photographes de l'industrie de la mode dont **Steven Meisel, Mario Sorrenti, Mert & Marcus, Inez Van Lamsweerde & Vinoodh Matidan, Mario Testino, Davis Sims, Craig McDean, Terry Richardson** et **Greg Kadel**. Elle est apparue sur les couvertures et dans les pages de **Vogue France, Vogue Italie, Vogue Angleterre, Vogue Japon, Self Service, W, V, Numero** et **I-D**.

Lara a défilé sur les passerelles de créateurs de renom tels que **Chanel, Lanvin, Givenchy, Louis Vuitton, Miu Miu, Chloe, Stella McCartney, Missoni, Hermes, Karl Lagerfeld, Jean Paul Gaultier** et **Christian Dior**.

De plus, Lara a été la vedette de campagnes de publicité mémorables pour **Givenchy, MaxMara, Nicole Fahri, Calvin Klein Jeans, Just Cavali, Calvin Klein Cosmetics** et **Levi's**. Actuellement on la voit sur les publicités printemps-été de **H&M**.

*Models.com* l'a classée comme un des dix top modèles 2007. Vu tout ce qu'elle a réussi à mettre à son actif en si peu de temps, nul doute que Lara Stone est en passe de devenir une des stars les plus brillantes au firmament de la mode.

## MARIACARLA BOSCONO

Beaucoup de magazines et publications de haute couture considèrent Mariacarla comme un des modèles les plus recherchés ces derniers temps.

Mariacarla a aussi été la vedette des campagnes publicitaires de **Givenchy, Yves Saint Laurent, Opium perfume, Calvin Klein Jeans, Marc by Marc Jacobs, Roberto Cavalli, Christian Dior, Versace, Moschino DKNY, Jean Paul Gaultier, Blumarine, Anna Molinari, Karl Lagerfeld, Michael Kors, Alberta Ferretti** et **D&G**. On peut actuellement voir Mariacarla dans la campagne printemps-été 2008 de **Givenchy**, shootée par **Inez Van Lamsweerde & Vinoodh Matadin**. Pour l'automne-hiver 2008, on verra Mariacarla dans plusieurs campagnes d'envergure qui comprennent: **John Galliano**, ph: **Nick Knight**, **Hermes, Pucci**, ph: **Juergen Teller**, **Moschino** et **Givenchy**, ph: **Inez Van Lamsweerde** et **Vinoodh Matadin**.

Depuis qu'elle est mannequin, Mariacarla a travaillé avec bien d'autres photographes majeurs de l'industrie de la mode, comme **Inez Van Lamsweerde & Vinoodh Matadin, Juergen Teller, Mert Alas & Marcus Piggott, Steven Meisel, Mario Sorrenti, Peter Lindbergh, Steven Klein, Jean-Baptiste Mondino, Patrick Demarchelier, Michael Thompson, Karl Lagerfeld, Mikael Jansson** et **Dan Jackson**.

La personnalité magnétique et la beauté de Mariacarla ont inspiré l'artiste **Richard Prince**, qui l'a photographiée pour un fulgurant éditorial de mode dans **W Magazine**. La légendaire **Nan Goldin** a choisi Mariacarla comme seul modèle, parmi des figures emblématiques comme Jane Birkin, Tilda Swinton, Veruschka et Patti Smith, qu'elle a photographiées pour un article sur la mode dans **New York Times Magazine**.

Des magazines de mode de premier plan, tels que **Vogue** (US, Italie, France, Angleterre et Japon), **W, Harper's Bazaar, Numero** et **POP** présentent tous régulièrement Mariacarla. Elle est aussi apparue sur les couvertures de **Vogue France, Vogue Allemagne, Vogue Chine** et **Mixte**.

Également très demandée par les stylistes les plus réputés, Mariacarla a fait un nombre considérable de défilés pour beaucoup de collections à New York, Milan, Paris, pour des gens comme **Givenchy, Lanvin, Hermes, John Galliano, Fendi, Valentino, Yves Saint Laurent, Versace** et **Gucci**.

## **RIANNE TEN HAKEN**

Éblouissante et artistique sont deux mots qui reviennent régulièrement lorsqu'on décrit le top model hollandais Rianne Ten Haken. Beaucoup de magazines et publications de haute couture ont indiqué Rianne comme un des modèles les plus recherchés aujourd'hui.

Rianne a été la vedette des campagnes publicitaires de **Versace, Costume National, Armani, et Chanel.**

Depuis qu'elle est mannequin, Rianne a travaillé avec bien d'autres photographes de mode de premier plan comme **Steven Meisel, Mert Alas & Marcus Piggot, Solve Sundsbo, Laurie Bartley, Thomas Schenk, Jean-Baptiste Mondino, Ellen Von Unwerth, Vincent Peters et Dominique Isserman.**

Elle a aussi fait les couvertures de **Vogue Italie, Numero, Mixte, 10 et Vogue Espagne.**

Également très demandée par les stylistes les plus réputés, Rianne a fait un nombre considérable de défilés pour beaucoup de collections à New York, Milan, Paris, pour des noms tels que **Louis Vuitton, Prada, Miu Miu, Christian Dior, Givenchy, Alexander McQueen, Calvin Klein, Gucci et Marc Jacobs.**

## MALGOSIA

Née à Cracovie (Pologne), en 1977, Malgosia est un mannequin qui s'est vite imposé sur les passerelles et dans les articles éditoriaux. Elle apparaît sur la couverture de nombreuses revues internationales, dont Vogue (éditions italienne, française et britannique), V Magazine et Harpers Bazaar.

Elle a travaillé à de nombreuses campagnes, pour Tiffany, Calvin Klein, Gap, Lanvin et Marc Jacobs, au cours desquelles elle a collaboré avec des photographes de grand renom, dont Irving Penn, Richard Avedon, Steven Meisel, Patrick Demarchelier et Mario Testino.

En 2001, elle a voulu diversifier sa carrière et s'est adonnée au cinéma. Elle a ainsi décroché des rôles importants dans quatre réalisations européennes, dont le film polonais « Ono » et la production télévisée « Karol : l'homme qui devint Pape ».

Toutefois, l'année 2006 a marqué le grand retour de Malgosia dans le monde de la mode, grâce à l'apparition dans de prestigieuses campagnes publicitaires pour les maisons Louis Vuitton, Chloe, Jill Sander et Donna Karan.

Malgosia est la mère d'un enfant appelé Jozef, elle a décroché une licence es-lettres à l'Université de Varsovie et, en outre, elle a reçu une formation de pianiste classique.

## **PHOTOGRAPHES ET PRISES DE VUES EN EXTERIEUR**

<b>1964</b>	<b>Robert Freeman à Majorque</b>
<b>1965</b>	<b>Brian Duffy dans le Sud de la France</b>
<b>1966</b>	<b>Peter Knapp à Al Hoceima, Maroc</b>
<b>1967</b>	<b>Non publié</b>
<b>1968</b>	<b>Harry Peccinotti en Tunisie</b>
<b>1969</b>	<b>Harry Peccinotti à Big Sur, Californie</b>
<b>1970</b>	<b>Francis Giacobetti à Paradise Island, Bahamas</b>
<b>1971</b>	<b>Francis Giacobetti en Jamaïque</b>
<b>1972</b>	<b>Sarah Moon à la Villa Les Tilleuls, Paris</b>
<b>1973</b>	<b>Allen Jones à Londres</b>
<b>1974</b>	<b>Hans Feurer aux Seychelles</b>
<b>1975-1983</b>	<b>Non publié</b>
<b>1984</b>	<b>Uwe Ommer aux Bahamas</b>
<b>1985</b>	<b>Norman Parkinson à Édimbourg, Écosse</b>
<b>1986</b>	<b>Bert Stern dans les Cotswolds, Angleterre</b>
<b>1987</b>	<b>Terence Donovan à Bath, Angleterre</b>
<b>1988</b>	<b>Barry Lategan à Londres</b>
<b>1989</b>	<b>Joyce Tennyson dans les studios Polaroid, New York</b>
<b>1990</b>	<b>Arthur Elgort à Séville, Espagne</b>
<b>1991</b>	<b>Clive Arrowsmith en France</b>
<b>1992</b>	<b>Clive Arrowsmith à Almeria, Espagne</b>
<b>1993</b>	<b>John Claridge aux Seychelles</b>
<b>1994</b>	<b>Herb Ritts à Paradise Island, Bahamas</b>
<b>1995</b>	<b>Richard Avedon à New York</b>
<b>1996</b>	<b>Peter Lindberg à El Mirage, Californie</b>
<b>1997</b>	<b>Richard Avedon à New York</b>
<b>1998</b>	<b>Bruce Weber à Miami</b>
<b>1999</b>	<b>Herb Ritts à Los Angeles</b>
<b>2000</b>	<b>Annie Leibovitz à Rhinebeck, Nord de l'État de New York</b>
<b>2001</b>	<b>Mario Testino à Naples, Italie</b>
<b>2002</b>	<b>Peter Lindbergh à Los Angeles</b>
<b>2003</b>	<b>Bruce Weber dans le Sud de l'Italie</b>
<b>2004</b>	<b>Nick Knight à Londres</b>
<b>2005</b>	<b>Patrick Demarchelier à Rio de Janeiro</b>
<b>2006</b>	<b>Mert and Marcus à Cap d'Antibes, France</b>
<b>2007</b>	<b>Inez and Vinoodh en Californie</b>
<b>2008</b>	<b>Patrick Demarchelier à Shanghaï, Chine</b>
<b>2009</b>	<b>Peter Beard à Abu Camp/Jack's Camp, Botswana</b>



## Pirelli et l'Environnement

L'effort que Pirelli mène au nom de la **durabilité de la croissance globale** naît d'une **culture d'entreprise qui allie la compétitivité à la responsabilité sociale**. Il se manifeste par le **respect de l'environnement et de la santé publique** dont l'entreprise fait preuve lorsqu'elle doit prendre des **décisions en matière d'investissements et d'affaires**. En effet, au cours des dernières années, le Groupe a donné naissance à des **technologies**, à des **produits** et à des **processus** à même de **contribuer au développement durable** et de **réduire l'effet négatif** de ses activités **sur l'environnement**.

Les résultats atteints par Pirelli en matière de responsabilité sociale des entreprises lui ont permis d'obtenir une reconnaissance importante : **l'insertion du Groupe dans quelques-uns des principaux indices boursiers de durabilité au niveau mondial**, à partir du **Dow Jones** et du **FTSE4Good**. En 2008, en particulier, Pirelli s'est vu déclaré **leader mondial dans le secteur « Auto parts and Tyres »** de l'**indice de durabilité du Dow Jones** et **« Gold Class Company »** de la part du **Groupe SAM**, une société de cotation du secteur de la durabilité.

Pour les **pneumatiques**, Pirelli Tyre s'est centré sur la **production de pneumatiques de plus en plus compatibles avec l'environnement**, sans pour autant renoncer à les rendre plus sûrs, plus novateurs et plus performants, avec la conviction qu'un produit moins nuisible pour l'environnement constitue à la fois un élément de progrès et un atout par rapport à la concurrence. Au cours des dernières années, les efforts que la recherche Pirelli a menés en matière de durabilité écologique ont concerné aussi bien le produit que les processus et ils ont abouti au nouveau **« Cinturato »**, un pneu qui, après avoir marqué l'histoire du secteur est aujourd'hui revisité sous un jour plus moderne et **« hi-tech »**. Grâce à des matériaux et à des structures novatrices, le Cinturato **peut réduire de 4% la consommation et, par voie de conséquence, les émissions de CO<sub>2</sub>**. En outre, le nouveau pneu garantit **un haut rendement kilométrique (+30%)** et sa **bande de roulement ne contient pas exempte d'huiles aromatiques (substances qui contribuent à la formation des particules nocives)**, en avance par rapport à la **norme européenne prévue en la matière**. Les nouveaux dessins de la bande de roulement permettent également de réduire la nuisance sonore à l'intérieur et à l'extérieur du pneu. De plus, Pirelli a conçu des **systèmes de contrôle de la pression des pneumatiques**, qui s'avèrent essentiels pour limiter la consommation. Il travaille aussi à **l'entrée de l'électronique dans le pneumatique** en vue de favoriser la sécurité de la conduite et le respect de l'environnement.

Grâce à la recherche des Laboratoires Pirelli qui constituent le moteur de l'innovation de Pirelli, le Groupe a breveté de nouvelles technologies dans les secteurs des **sources renouvelables de l'énergie** et de la **mobilité durable**. Pour ce qui est des sources renouvelables, Pirelli Ambiente a conçu un **combustible de qualité dérivé des déchets (CDR-Q)**, en mesure de substituer partiellement l'emploi des combustibles fossiles dans les cimenteries et les centrales thermoélectriques, ce qui implique de gros avantages en termes

de réduction des dégagements d'anhydride carbonique et d'oxyde d'azote. Pirelli Ambiente est également actif dans le secteur de l'**énergie solaire**, avec le lancement de quelques projets dans le sud de l'Italie, et dans celui des **bonifications écologiques**. En ce qui concerne la mobilité durable, Pirelli Eco Technology a développé deux technologies pour la limite des émissions de poussières des véhicules diesel. Il s'agit des **filtres anti-particules**, qui permettent d'avoir une **réduction de plus de 95% des particules** émises par les moteurs diesel, et **du combustible à faible impact sur l'environnement Gecam**, une émulsion de gazole et d'eau qui réduit de 50% la formation des particules.

Dans le secteur de l'**immobilier**, Pirelli RE a lancé en 2007 l'initiative « **Ecobuilding** », un **programme de bâtiment écologiquement sain**, qui se propose de construire en respectant l'environnement. Le programme concerne les nouveaux projets de développement immobilier dans tous les segments du marché, du secteur résidentiel au tertiaire. Aujourd'hui, il représente la base fondamentale des projets futurs promus par Pirelli RE. Ecobuilding s'articule autour de quatre lignes grandes lignes directrices : efficacité énergétique, utilisation de matériaux compatibles avec l'environnement, recours aux sources d'énergie renouvelables, confort du logement.

\*\*\*

[www.pirelli.com](http://www.pirelli.com)