



## PRESSEMITTEILUNG

### **40 JAHRE–REMINISZENZ AN DAS BEKANNTE MOTIV VON 1978: ÜBER 40 GT3 RENNER STELLEN IN MONZA DAS PIRELLI LOGO NACH**

*Mailand, 23. April 2018* - 41 Autos von zwölf Automobilherstellern des Prestige-Segments mit insgesamt rund 22.000 PS sowie mehr als 150 Personen stellten vergangenes Wochenende in Monza das populäre Motiv des Logos von Pirelli aus dem Jahr 1978 nach. Die Choreographie dieser Reminiszenz maß beachtliche 80 mal 18 Meter. Wie bereits vor 40 Jahren bildeten ebenso moderne wie unterschiedliche Autos das Logo. Die Vielfalt der Marken, Modelle, Motoren, Fahrzeugkonzepte und Stile war groß, der allen gemeinsame Nenner dabei die Pirelli Reifen.

1978 bestand die Darstellung des Logos aus Serienfahrzeugen für die Straße, 2018 waren es dagegen aktuelle GT3-Renner, die in der Blancpain GT-Serie an den Start gehen. Pirelli ist exklusiver Ausrüster dieser Serie für Rennwagen auf der Basis von Serienfahrzeuge für die Straße.

Nach einem langen Tag auf der Strecke bildeten 41 Autos das Pirelli Logo in Monza im Licht der Abendsonne. Auf der Hauptgeraden, über die sie sonst mit rund 280 km/h jagen, wurden die Autos für das Fotoshooting arrangiert. Dazu schoben fleißige Helfer sie nacheinander in die richtige Position, und statt Motoren-Gebrüll war lediglich das leise Abrollen der P Zero-Reifen auf dem Asphalt der legendären Rennstrecke zu hören.

Dem Kreativ-Konzept von 1978 lag die Idee zugrunde, zahlreiche unterschiedliche Straßenfahrzeuge verschiedener Herstellern einzubeziehen, um ihre Gemeinsamkeit zu verdeutlichen: die Pirelli Reifen. Damals leitete der Fotograf Adrian Hamilton das Fotoshooting, und der italienische Regisseur Giulio Cingoli drehte einen TV-Spot und präsentierte darin den Slogan `Tyres with a capital P`. Zudem war es einer der ersten TV-Spots, zu dem es ein Making of gab.

40 Jahre später gibt die legendäre Rennstrecke von Monza, nach Indianapolis die weltweit älteste noch genutzte Rennstrecke, die Kulisse für das gigantische Pirelli Logo auf dem Asphalt.

Quasi als Models dienten die modernen GT3-Fahrzeuge aus der Blancpain-Serie. Zu den dort vertretenen Herstellern gehören Aston Martin, Audi, Bentley, BMW, Ferrari, Jaguar, Lamborghini, Lexus, McLaren, Mercedes-AMG, Nissan und Porsche. Jeder

dieser Automobilhersteller ist mit Fahrzeugen vertreten, die insgesamt das Pirelli Logo, das langegezogene P oder `P Lungo`, bilden. Denn jedes dieser Unternehmen gehört zum Prestige-Segment, in dem Pirelli als Reifenhersteller Marktführer ist. Entsprechend setzen viele dieser Automobilhersteller auch bei der Erstausrüstung ihrer Serienfahrzeuge auf speziell homologierte Reifen von Pirelli.

Der P Zero ist der ultimative Repräsentant dieser Perfect Fit-Strategie von Pirelli, seit der Ferrari F40 im Jahre 1987 erstmals auf maßgeschneiderten Pirelli Reifen vorgestellt wurde. Von Anfang an wurde die enge Verbindung des P Zero zum Motorsport deutlich: Denn der erste Pirelli P Zero stattete den Lancia Delta S4 aus, ein legendäres Auto des Rallyesports.

Heute sind Reifen der Produktfamilie P Zero in ihren verschiedenen Ausprägungen an Sport-Limousinen ebenso zu sehen wie an straßentauglichen GT-Fahrzeugen und Rennsportautos bis hin zu den Boliden in der Formel 1. Diese lange und außergewöhnliche Erfolgsgeschichte der Reifenfamilie wurde im `Temple of Speed` in Monza mit der Nachstellung der bekannten Aufnahme von vor 40 Jahren gewürdigt.