



COMUNICATO STAMPA

**PIRELLI: RINASCE IL CINTURATO.
TRA TECNOLOGIA, ARTE E COSTUME TORNA UN MITO CHE HA SEGNATO
LO STILE DEL VIAGGIARE NEL MONDO E CONFERMA LA CRESCENTE
VOCAZIONE INDUSTRIALE DI PIRELLI PER L'ALTA QUALITÀ DEL
PRODOTTO**

**MILANO: UNA MOSTRA ALLA TRIENNALE, EVENTI APERTI AL PUBBLICO E
INIZIATIVE NEL CENTRO DELLA CITTÀ PER PRESENTARE IL NUOVO
PNEUMATICO CHE PUNTA SU TECNOLOGIE D'AVANGUARDIA PER
GARANTIRE SICUREZZA ED ECOSOSTENIBILITÀ**

IN RASSEGNA DAL 18 GENNAIO AL 18 FEBBRAIO DECINE DI MANIFESTI,
BOZZETTI E FILM STORICI INSIEME ALLE OPERE ORIGINALI DI QUINDICI
CREATIVI CONTEMPORANEI SULL'IMMAGINARIO DEL VIAGGIO E DEL
CINTURATO PIRELLI

NEL CENTRO DI MILANO IL LANCIÒ DEL NUOVO PNEUMATICO CON
INSTALLAZIONI ED EVENTI APERTI AL PUBBLICO PER AFFRONTARE I TEMI
DELLA MOBILITÀ SOSTENIBILE

PROTAGONISTA ANCHE LA MODA: PIRELLI PZERO LANCIÒ LA LINEA
CINTURATO CON IMPERMEABILI E STIVALI

Milano 17 gennaio 2008 - Pirelli lancia il nuovo Cinturato. Il pneumatico che segnò lo stile del viaggiare in Italia e nel mondo a partire dalla metà degli anni Cinquanta viene riproposto in una nuova versione che punta tutto su tecnologie d'avanguardia, sicurezza ed ecosostenibilità: un'ulteriore conferma dell'impegno di Pirelli, accresciuto nell'ultimo quindicennio, per lo sviluppo e l'innovazione industriale in tutte le sue strutture produttive, in Italia e all'estero.

Il Cinturato viene presentato da Pirelli attraverso una serie di eventi che si svolgeranno a Milano a partire dal 17 gennaio 2008: una mostra alla Triennale, installazioni multimediali, eventi aperti al pubblico nel centro della città e, per i giornalisti di settore, prove tecniche sul circuito Pirelli di Vizzola.

Queste iniziative, realizzate con il patrocinio dell'Assessorato alla Mobilità, Trasporti e Ambiente del Comune di Milano, faranno rivivere la storia del Cinturato, diventato un simbolo dell'Italia che viaggia negli anni del "miracolo economico", e lo riproporranno nella sua versione attuale, completamente rinnovata: un esempio di ricerca tecnologica all'avanguardia e di attenzione ai temi fondamentali della sicurezza e della mobilità sostenibile.

L'esposizione alla Triennale di Milano, dal titolo "Un Viaggio, ma...", ha come fulcro una lunga traccia lasciata da un pneumatico "fuori scala" e ripropone alcune tra le più importanti immagini legate alle campagne di comunicazione dell'epoca accanto a opere e installazioni di quindici creativi contemporanei che reinterpretano in modo originale il tema del viaggio e l'immaginario del pneumatico.

Le campagne pubblicitarie del periodo 1954-1972, visibili attraverso bozzetti originali, filmati e prodotti, molti dei quali mai mostrati al pubblico prima d'ora, sono firmate da grandi nomi come Bob Noorda, Pino Tovaglia, Franco Grignani, Ugo Mulas, Antonio Boggeri, Alan Fletcher: icone di ricerca e innovazione linguistica che in quegli anni portarono l'inconfondibile "stile Pirelli" in Italia e nel mondo, tra cui la più famosa è forse l'immagine con la traccia obliqua e stilizzata del Cinturato, opera di Bob Noorda del 1962.

Uno spazio particolare viene dedicato alla campagna del 1966 "Un viaggio sul sicuro - Cinturato Pirelli", ideata da Arrigo Castellani, allora "direttore propaganda" (e cioè stampa e pubblicità) della Pirelli, insieme a Pino Tovaglia, grafico e art director. La campagna si basava su un gioco tra parole e forme geometriche e utilizzava il racconto del viaggio come metafora di una riscoperta vitalità, del desiderio di colmare spazi e distanze, della possibilità per tutti, grazie al boom economico, di fruire liberamente di tempo e beni di consumo fino a pochi anni prima riservati solo a una ristretta cerchia di persone. La campagna segna un modello assolutamente innovativo di comunicazione e una testimonianza di come Pirelli fosse aperta alla sperimentazione e ai nuovi linguaggi.

Con lo stesso atteggiamento di apertura verso il nuovo, Pirelli ha commissionato a quindici creativi di oggi opere originali, progettate e prodotte appositamente per la mostra, che utilizzano media diversi, dal segno grafico alle immagini in movimento, dalle animazioni 3D alle installazioni site-specific, dall'illustrazione alla fotografia. La mostra offre allo spettatore quindici "racconti di viaggio" liberamente ispirati al Cinturato e al suo immaginario. I poster futuribili di Airstudio/Giacomo Spazio, le interpretazioni grafiche di Headscollective e di Alessandro Busseni; il grande albero di Leftloft e la Piovra Cinturata di Alberto Bettinetti; la tappezzeria di Elena Giavaldi; il wall painting visionario di Simone Tosca; il block notes fuori scala di Marco Bruzzone, dove ognuno potrà lasciare la sua "traccia di viaggio"; il pneumatico a grandezza naturale in liquirizia delle food designer Ciboh (prodotto grazie alla generosa collaborazione dell'azienda Amarelli – www.liquirizia.it), la micronarrazione animata di Andrea Linke che racconta il viaggio con lo sguardo di un gigante; le avventure solitarie di un pneumatico narrate con leggerezza da Graziano Mannu; il paesaggio interattivo dell'installazione di Claudio Sinatti; gli sguardi del fotografo Luca Gabino sulla pista prove di Vizzola d'Adda trasformata quasi in una "base spaziale"; infine il racconto fotografico dei tempi del viaggiare di Carlo Furgeri Gilbert.

Attraverso l'esposizione che coniuga arte, grafica, design, video e fotografia in un rinvio continuo tra storia e presente, Pirelli testimonia la sua attenzione, oggi come in passato, alle forme più aggiornate di ricerca linguistica e di comunicazione: un'attitudine fondamentale per continuare ad essere non solo in Italia, ma ovunque nel mondo, un modello di industria che sa coniugare innovazione, ricerca, creatività e qualità.

Accanto alla mostra ci sarà naturalmente anche un importante richiamo alla moda, un'ulteriore manifestazione della creatività e della modernità con cui Pirelli ha interpretato i costumi e anticipato le tendenze fin dai tempi della sua nascita. Alla Triennale saranno infatti esposti in anteprima i nuovi capi PZero che evocano e reinterpretano in chiave contemporanea l'impermeabile e lo stivale in una linea ad hoc che non poteva che chiamarsi "Cinturato".

Il centro di Milano ospita infine gli eventi dedicati al lancio della nuova famiglia di prodotti: Piazza Duomo, con uno spazio sul tema della mobilità sostenibile in collaborazione con Fiat, Eni, Quattroruote, Castagna, Vectrix; e Piazza Mercanti, che accoglie un'esposizione sul nuovo prodotto. Vizzola, sede storica della pista Pirelli, è il teatro per le prove dinamiche dei nuovi pneumatici, a completamento di un evento che desidera mettere insieme tecnologia, storia, arte e attenzione all'ambiente.

Le prove dinamiche, finalizzate a dimostrare con test di immediato riscontro e facile esecuzione le caratteristiche ambientali del prodotto, sono svolte dalla Sperimentazione Pirelli in collaborazione con il Centro internazionale di guida sicura di Andrea De Adamich.

L'intero evento "Un Viaggio, ma..." sarà a impatto zero, così come certificato da Lifegate. Pirelli, infatti, provvederà a piantare nel Parco del Ticino un numero sufficiente di alberi tale da ristorare l'ambiente dal consumo di energia impiegata nelle manifestazioni.

*Triennale di Milano
Viale Alemagna 6
Orari: 10.30-20.30, chiuso il lunedì
Ingresso libero
tel. 02-724341
fax 02-89010693*

Ufficio Stampa Pirelli: +39 02 85354270 – pressoffice@pirelli.com
www.pirelli.com

Ufficio stampa La Triennale di Milano: +39 02 72434241/205 – ufficio.stampa@triennale.it
www.triennale.it



UN OGGETTO TRA GRAFICA E DESIGN

A ispirare la creazione di questo oggetto tra grafica e design, è la campagna “Un viaggio sul sicuro - Cinturato Pirelli”, del 1966, ideata da Arrigo Castellani, allora direttore propaganda (e cioè stampa e pubblicità) della Pirelli, insieme all’art director e grafico Pino Tovaglia. La campagna si basa su un gioco tra parole e forme geometriche che richiama le avanguardie della poesia visiva e dell’arte optical. Utilizzando il racconto del viaggio come metafora di una riscoperta vitalità, del desiderio di colmare spazi e distanze, della possibilità per tutti di fruire di tempo e beni di consumo fino a pochi anni prima riservati solo a una ristretta cerchia di persone, la campagna rappresenta un modello assolutamente innovativo di comunicazione, specchio di un periodo storico in cui la pubblicità ha i tempi lunghi del racconto che lega il prodotto alla memoria di una generazione.

All’interno del “cubo” la riproduzione delle 14 tavole che compongono la campagna, un testo di Camilla Cederna, che sulla Rivista Pirelli del ’66 scriveva: *“Erano i viaggi di un inviato speciale della pubblicità, piccoli deliri privati con molti pubblici riferimenti che alla fine regolarmente esplodevano reclamizzando per l’appunto un arnese da viaggio, uno pneumatico di straordinaria potenza”*.

Gli altri testi, di Antonio Calabrò e di Giuseppe Strazzeri, contenuti in questo oggetto/libro descrivono il ruolo fondamentale di comunicazione svolto non solo dall’originale pubblicità ma anche dalla Rivista Pirelli nello stabilire un dialogo tra cultura tecnologica e cultura umanistica, tra scienza e letteratura, tra uomo e macchina. Nella rivista Pirelli trovano spazio infatti le grandi firme del giornalismo e della letteratura: Carlo Emilio Gadda, Vittorio Sereni, Eugenio Montale, Orio Vergani, Umberto Eco e tanti altri ancora. Le copertine sono firmate da Albe Steiner e da Pino Tovaglia, fotografate da Fulvio Roiter e Ugo Mulas, dipinte da Renato Guttuso e Michel Folon.



LA STORIA DEL CINTURATO PIRELLI

Dai primi anni del Secondo Dopoguerra agli Anni Settanta, tra gli stabilimenti di viale Sarca e quelli di Settimo Torinese, con l'impronta di personaggi dello sport e della comunicazione, da Manuel Fangio a Noorda e Manzi, sino ad Arrigo Castellani e Pino Tovaglia, quella del Cinturato è una storia di innovazione industriale e di prodotto, di sport e di costume, di nomi noti al largo pubblico o ben conosciuti nel mondo discreto dei brevetti d'impresa. Una storia, quasi in bianco e nero, dell'Italia in pieno "miracolo economico" e che anche attraverso un pneumatico innovativo contribuisce al successo del design e del made in Italy.

Tutto comincia nel 1951, quando Luigi Emanuelli, già responsabile della ricerca Pirelli Cavi e inventore del cavo a olio fluido, brevetta la struttura del radiale tessile Pirelli, versione italiana del radiale inventato in quegli anni. È il Cinturato che grazie alla sua struttura innovativa, più rigida di quella tradizionale a tele, offre prestazioni fino ad allora sconosciute, soprattutto in termini di tenuta.

Una rivoluzione clamorosa, per il mercato dei primi anni Cinquanta, quando l'Italia si avvia alla motorizzazione di massa.

Il Cinturato corre in Formula Uno con Fangio e vince, corre sulle strade e accompagna le auto più belle dell'epoca. Ma il vero successo commerciale è degli anni Sessanta, alla fine dei quali Tovaglia realizza la campagna pubblicitaria mondiale "Cinturato è solo Pirelli", che, modulato in tutte le lingue più diffuse, accompagna il pneumatico Pirelli nei 137 paesi in cui viene venduto.

Intanto, il prodotto cresce e si sviluppa tecnologicamente seguendo le evoluzioni delle auto e del mercato. Nei primi anni Settanta, una nuova innovazione: nella struttura delle gomme viene introdotta la cintura metallica, che darà vita al radiale metallico. A Settimo Torinese, impianti moderni trattano la cordicella metallica, il nuovo elemento costitutivo dei pneumatici. Nasce così l'ultima generazione di pneumatici Cinturato, CN54 per le utilitarie e berline e CN36 per le auto più sportive.



INTERNET

Il ritorno del Cinturato sarà raccontato su Internet in tutti i suoi aspetti: dalla mostra “Un Viaggio, ma...” alle prove dinamiche in pista, dall’esposizione degli artisti alle iniziative nel centro di Milano, passando per un viaggio nel cuore di Pirelli Tyre: laboratori e centri di sviluppo e sperimentazione, per ripercorrere tutte le fasi della nascita e della realizzazione di un prodotto tecnologico d’avanguardia, con l’obiettivo di rendere più completa e coinvolgente la *digital experience* per gli utenti del sito.

All’indirizzo www.pirelli.it/cinturato sono disponibili diversi percorsi interattivi per conoscere e “vivere” le molteplici peculiarità del Cinturato. Contributi video realizzati in alta definizione e fruibili in webcasting confermano l’innovazione di Pirelli anche nel mondo della comunicazione web 2.0.



PIRELLI PZERO ESPERIMENTO TRA MARKETING E DESIGN DIVENTATO UN CULT

A fine Ottocento erano impermeabili in caucciù.

Oggi, in occasione del lancio del nuovo pneumatico "Cinturato", nasce una nuova collezione che rappresenta l'evoluzione storica dei capi più classici firmati Pirelli: l'impermeabile e lo stivale Cinturato.

Ideati e creati in edizione limitata, presentati in esclusiva durante la mostra "Un Viaggio, ma..." in Triennale a Milano, i due articoli che hanno dato l'avvio alla storia dell'abbigliamento Pirelli vengono rivisti in chiave contemporanea, innovativa e high tech.

Lo stivale in gomma è definito dalla tipica impronta con battistrada che disegna e scolpisce il polpaccio mentre l'impermeabile, realizzato in tessuto idrorepellente e termosaldato, è caratterizzato da linee asciutte e sagomate che modellano e slanciano la figura.

Entrambi i capi rivelano l'anima sperimentale della griffe dall'appeal fashion&sexy. In comune, nell'arco di 127 anni, l'impronta di una gomma dallo spirito rivoluzionario.

Un progetto trasversale dallo spirito hi-tech. Costruito tra marketing e moda. Con radici forti ancorate nell'industrial design. E soprattutto con una storia antica, iniziata nel 1877 alle porte di Milano. A 125 anni dal primo esperimento, è nel 2002 che rinasce l'abbigliamento firmato Pirelli. Un progetto con un'anima sperimentale e high tech e con un nuovo marchio, ove la P diventa una dalle proporzioni aerodinamiche decorata da un piccolo zero: il progetto PZERO. Ieri erano impermeabili, soprabiti, cappotti impermeabilizzati e realizzati in un allora sconosciuto caucciù. Oggi il progetto voluto da Marco Tronchetti Provera ha un'anima nuova, sperimentale, ad alta tecnologia. "Da una ricerca di marketing era emerso che il marchio PIRELLI era glamour, sexy e fashion. E questo appeal era stato dato al brand proprio dal calendario, il mitico The Cal. Per questo motivo abbiamo deciso di dare il via a un progetto di industrial design, che ha fatto da apripista per una serie di avventure molto simili", spiega Antonio Gallo, responsabile di PIRELLI PZERO. L'avventura del gruppo milanese è partita in punta di piedi. Soltanto due oggetti destinati a diventare cult: una scarpa da vela, PZEROACQUA. E una giacca dalle performance futuriste, PZEROARIA. "Il debutto è stato affidato a una coppia di oggetti che potesse rappresentare il nostro mondo e che allo stesso tempo fosse capace di mostrare un carattere forte, indipendente, corredato da un alto standard qualitativo. Anche per questo sono stati necessari due anni di gestazione, per poter trovare il design più giusto e i partner migliori, specializzati nei rispettivi settori di prodotto". Oggi i numeri del progetto sono diversi. La collezione è diventata un total look. Sette sono i designer che compongono l'ufficio stile del marchio. Uno è il libro fotografico dedicato al progetto, con scatti di Marco Anelli, Alberto Giuliani, Lorenzo Castore. Quattro sono i partner che affiancano Pirelli come licenziatari (Incom per l'abbigliamento, Morellato&Sector per gli orologi, De Rigo Vision per gli occhiali e Tecnorib per i gommoni). Dalla primavera-estate 2008 la collezione della calzature, invece, è il risultato di una nuova strategia di produzione e commercializzazione seguita da un pool di specialisti interni a Pirelli. Oltre 20mila sono le T-shirt vendute nell'ultima stagione e stampate con l'emblema di super P, il pugno-logo del marchio. Non si contano, invece, i testimonial che affollano l'album vip del brand. "In poche stagioni PIRELLI PZERO è diventato uno status symbol per una generazione. Ha

registrato un successo che nemmeno noi ci aspettavamo. Quando nel 2003 abbiamo aperto il corner da Bergdorf Goodman a New York, abbiamo esaurito immediatamente le scorte e abbiamo avuto liste d'attesa incredibili: per l'orologio avevamo prenotazioni per 400 modelli. E oggi continuiamo a registrare elevati tassi di sviluppo". Perché la storia è destinata a ripetersi. Ieri erano le pubblicità disegnate dai ritrattisti anni Cinquanta. Oggi sono gli scatti di Naomi Campbell. In comune, l'impronta di un pneumatico dallo spirito hi-tech.

Nel 2005 è stato firmato un accordo in licenza con Tecnorib per la produzione dei gommoni PIRELLI PZERO. Così Pirelli celebra dopo 10 luminosi lustri l'antica produzione di gommoni gommati. Proprio nel 1955 nasceva, infatti, il Nautilus: il primo battello pneumatico.

Il primo gommone della nuova linea è stato varato nelle acque di Portofino nel maggio 2006.



IL NUOVO CINTURATO: TECNOLOGIA E RISPETTO PER L'AMBIENTE

Il Cinturato Pirelli, il pneumatico che ha segnato la storia dell'industria automobilistica mondiale, torna dopo trent'anni sul mercato con nuovi contenuti tecnologici e nelle condizioni di utilizzo: pneumatico ecologico ad alte prestazioni e sicurezza che, grazie a tecnologie innovative, consente una riduzione dei consumi di carburante e delle emissioni nocive fino al 4% e una maggiore resa chilometrica e l'eliminazione dal battistrada degli olii aromatici, in anticipo alla normativa europea prevista in vigore dal 2010. Il nuovo Cinturato, che sarà prodotto negli stabilimenti di Bollate, Izmit (Turchia), Manresa (Spagna), Carlisle (Gran Bretagna), è stato già scelto in primo equipaggiamento per i modelli a maggior diffusione da alcune delle principali Case automobilistiche.

Il Cinturato di nuova generazione, declinato nei modelli P4 e P6, è stato progettato per ridurre le emissioni nocive per l'ambiente e per la salute dell'uomo. Grazie a materiali e strutture innovative, frutto della ricerca Pirelli, i nuovi pneumatici Cinturato riducono la resistenza al rotolamento, cioè l'energia dissipata nel rotolamento delle gomme sul fondo stradale, garantendo minori consumi a parità di prestazioni. Inoltre, i prodotti della famiglia Cinturato hanno un'alta resa chilometrica e sono privi nel battistrada di olii aromatici, elemento critico per l'ambiente specie nelle polveri come il particolato, una delle principali cause dell'inquinamento urbano: il battistrada, infatti, via via che si usura rilascia nell'atmosfera particelle che contengono sostanze potenzialmente inquinanti.

L'eliminazione degli olii aromatici dalle mescole anticipa la normativa europea in materia, che andrà in vigore a partire da gennaio 2010. Importante anche il contributo per il comfort acustico grazie ai disegni battistrada che consentono un abbassamento della rumorosità interna ed esterna del pneumatico.

L'attenzione all'ambiente si accompagna a quella per la sicurezza. La nuova famiglia Cinturato è realizzata con un disegno battistrada che consente una migliore tenuta in curva in ogni condizione meteo e garantisce alla vettura un ottimo comportamento sul bagnato, soprattutto in termini di frenata.

La novità è data dalla vasta gamma di auto cui è dedicato il nuovo Cinturato: auto di fascia media e utilitarie, le vetture preferite dalle famiglie e dalle donne. Tale diffusione consentirà a tutti di accedere a pneumatici di grande qualità e in grado di garantire il massimo della sicurezza.



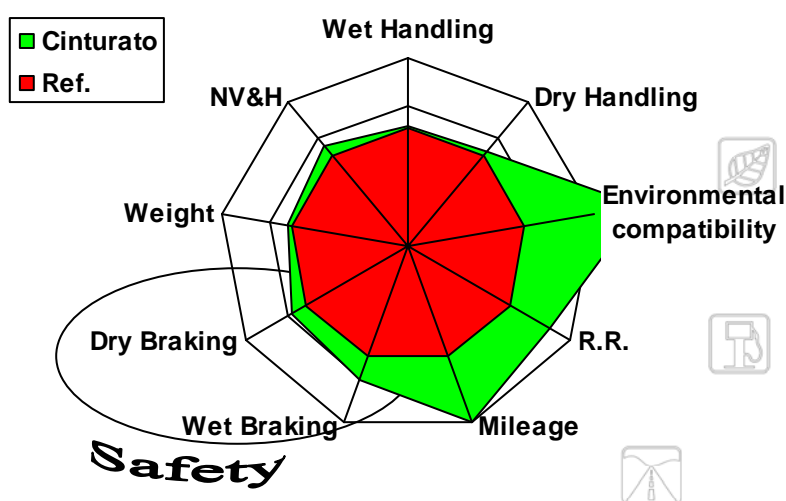
CINTURATO PIRELLI, IL PNEUMATICO DIVENTA VERDE

*Tutela ambientale, sicurezza e prestazioni le caratteristiche
della nuova famiglia di prodotti Pirelli*

*Consumi di carburante ed emissioni nocive si riducono fino al 4%,
la resa chilometrica cresce del 30% e si accorciano gli spazi di frenata*

I prodotti della nuova famiglia Cinturato Pirelli sono stati progettati e sviluppati dai laboratori del gruppo per venire incontro alle nuove esigenze di mercato e contribuire alla mobilità sostenibile. Ecologia, sicurezza e prestazioni sono le caratteristiche fondamentali del nuovo Cinturato che grazie a mescole, struttura e disegni battistrada innovativi assicura minori consumi ed emissioni di anidride carbonica, maggiore durata chilometrica e accresciute caratteristiche di sicurezza su asciutto e bagnato.

In particolare, il nuovo Cinturato, proposto nei battistrada P4 e P6 e contraddistinto dalla marcatura sul fianco con le icone ECOIMPACT, consente di ridurre del 20% la resistenza al rotolamento, fino al 4% il consumo di energia e di allungare il chilometraggio complessivo del 30%. Per queste caratteristiche il nuovo Cinturato è stato già scelto per la fornitura in primo equipaggiamento dei modelli più diffusi di molte delle principali Case automobilistiche quali Fiat, Mercedes, Peugeot, Volkswagen e Seat.



Il nome Cinturato fa parte della storia del pneumatico: un **progetto rivoluzionario**, che ha consentito sin dagli anni Cinquanta di posizionare Pirelli tra i produttori leader mondiali. Il brevetto del Cinturato Pirelli - riconosciuto in tutti i Paesi del mondo – fu sviluppato come risposta al piacere di guidare una nuova generazione di auto per quell'epoca, quando per la

prima volta si poteva soddisfare la richiesta di sicurezza a velocità sostenute, con doti di economicità d'uso, rendendo nel tempo più accessibili a tutti caratteristiche fino ad allora riservate solo alle auto più sportive.

La costruzione **radiale** della carcassa e l'applicazione di una **cintura longitudinale** alla circonferenza, posta sotto il battistrada, hanno fatto del Cinturato Pirelli il punto di riferimento senza eguali nel mondo dei pneumatici: **integrità** della struttura anche a velocità elevata, curve sicure e controllabili, tenuta in frenata, durata del battistrada e riduzione del consumo di carburante sono concetti originati dal Cinturato e che - con opportune modifiche e aggiornamenti tecnologici - caratterizzano ancora oggi i pneumatici più moderni e performanti.

Sulle basi di quel Cinturato non solo si è evoluta l'intera industria del settore, ma si è sviluppata la ricerca Pirelli che con il Nuovo Cinturato unisce alla performance e alla sicurezza i principi della salvaguardia ambientale.

Minore resistenza al rotolamento: meno consumi ed emissioni di CO2. Il nuovo Cinturato abbassa la resistenza al rotolamento del 20% che si traduce in termini di consumi ed emissioni nocive in un risparmio fino al 4%. La resistenza al rotolamento è la forza che il pneumatico oppone al movimento del veicolo, ovvero l'energia dissipata dal pneumatico durante la marcia. Insieme con la resistenza meccanica e la resistenza dell'aria, la resistenza al rotolamento ha un impatto sul consumo di carburante e sulle emissioni di anidride carbonica. La resistenza al rotolamento dipende sia da fattori esterni alla gomma (velocità e peso del veicolo, caratteristiche dell'asfalto, temperatura atmosferica e pressione del pneumatico) sia da fattori interni quali la struttura, le mescole e il disegno del battistrada. Nella progettazione del nuovo Cinturato, Pirelli è intervenuta su questi ultimi fattori introducendo soluzioni innovative coperte da brevetti Pirelli.

Maggiore chilometraggio: migliaia di chilometri in più. La mescola battistrada del nuovo Cinturato è stata rinforzata con alcuni elementi come la silice per aumentare la resa chilometrica del pneumatico senza sacrificare le caratteristiche di tenuta. Inoltre è stata riprogettata l'intera geometria del pneumatico, dai fianchi al battistrada, in modo da bilanciare la resistenza al rotolamento, la resa chilometrica e la sicurezza. La percorrenza media del nuovo Cinturato è aumentata così del 30%, pari mediamente a un cambio di gomme ogni quattro anni anziché ogni tre per l'automobilista medio.

Abbattimento delle sostanze nocive. Pirelli ha eliminato gli olii aromatici dalle mescole battistrada del nuovo Cinturato, anticipando di due anni la normativa europea in materia. Gli olii aromatici sono idrocarburi aromatici ciclici, presenti nel pneumatico sotto forma di olii liberi e polimeri olioestesi. Per effetto del consumo del battistrada, contribuiscono alla composizione delle polveri e del particolato e sono potenzialmente dannosi per la salute. I ricercatori Pirelli hanno studiato per il nuovo Cinturato nuovi polimeri e nuove procedure di mescola, in modo da lasciare inalterate le caratteristiche prestazionali e di sicurezza del pneumatico.



Maggiore sicurezza: migliore frenata su asciutto e bagnato. La sicurezza, che insieme con le alte prestazioni, è da sempre il punto di riferimento della ricerca Pirelli e che già il Cinturato degli anni Cinquanta massimizzò, è l'altro cardine intorno al quale il nuovo Cinturato è stato progettato. Il P4 e il P6 Pirelli garantiscono maggiore sicurezza in ogni condizione atmosferica. In particolare, crescono la tenuta in curva sul bagnato e soprattutto si accorcia lo spazio di frenata. Sul bagnato, lo spazio di arresto dell'auto si riduce dell'11% e anche sull'asciutto lo spazio di frenata si riduce significativamente rispetto ai pneumatici di riferimento.