

Nie tylko kierowcy lubią piękne kobiety...

PIRELLI
KALENDARZ PIRELLI 2005



Na wystawie fotograficznej ze zdjęciami skąpo ubranych, epatujących erotyzmem modelek, otwartej w kieleckiej Galerii Fotografii w pierwszej połowie września, można było wśród zwiedzających dostrzec nie tylko mężczyzn zafascynowanych urodą kobiecego

ciała, ale także przedstawicielki płci pięknej, które z równym zainteresowaniem co panowie oglądały fotografie z kart kolejnych miesięcy tegorocznego wydania „Kalendarza Pirelli 2005”, jednego z najbardziej oczekiwanych wydarzeń świata mody, fotografii i sztuki.

Od czasu swoich narodzin, kalendarz przestoczył się w niezwykle symbol, prawdziwą ikonę piękna. Jest spektakularnym przedsięwzięciem tradycyjnie łączącym sztukę z wysmakowanym erotyzmem. Tegoroczna edycja kalendarza jest odzwierciedleniem połączenia wyjątkowo zmysłowego piękna kobiecego ciała i klasycznej czarno-białej sztuki fotografii. Kalendarz został przygotowany przez znanego na całym świecie fotografa Patricka Demarchelier. W tegorocznej edycji udało mu się uchwycić gorącego i wyjątkowo sensualnego ducha Brazylii – „O espirito do Brazil”. To również charakterystyka klimatycznego Rio de Janeiro, miasta przepełnionego silnymi kontrastami. Miejsca, które od fotografa wymaga mistrzowskiego opanowania światła do uchwycenia pełnych tajemniczości, ekscytujących portretów kobiet w czerni i bieli.

Pierwsze wydanie kalendarza Pirelli nastąpiło w 1963 r., a ponieważ kalendarz nie był jeszcze wówczas znany i był silnie kojarzony z oferowanymi przez firmę produktami odniósł tylko umiarkowany sukces. Jednak dwanaście miesięcy później, przyjęta przez firmę Pirelli strategia okazała się strzałem w dziesiątkę i sprawiła, że kalendarz stał się światowym hitem oraz utrzymał się



na tej pozycji przez prawie 40 lat. Strategia ta opierała się na wszystkim co najlepsze. Do tworzenia kalendarza firma Pirelli zawsze wykorzystywała najlepszych dyrektorów artystycznych, najlepszych fotografików, najznamienitsze modelki, najatrakcyjniejsze plany zdjęciowe, najlepszych stylistów, grafików, najlepsze drukarnie oraz najlepsze materiały.

Wydanie na rok 1964, nie zawierające już ilustracji opon na stronach każdego miesiąca, wykreowało kalendarz Pirelli na światowej sławy gwiazdę oraz dopuściło go do uzyskania niezliczonych honorów. Zdjęcia, wykonane przez fotografa grupy the Beatles Roberta Freemana pod kierunkiem kierownika ds. reklamy firmy Pirelli UK Dereka Forsytha jako dyrektora artystycznego, zostały zrobione na plażach i poza plażami w południowej Francji. Były one seksowne, a jednocześnie ciepłe i przyjazne, aczkolwiek nadal szokowały Wielką Brytanię nieśmiało wychylającą się z surowości lat pięćdziesiątych. Kalendarz był najbardziej kreatywnym dziełem fotografiki stworzonym przez nową elitę, spośród której znalazł się David Bailey, Terence Donovan, Brian Duffy oraz Robert Freeman. Ujęcia do kalendarza Pirelli na 1965 rok wykonał na Majorce Duffy. Dzięki nim kalendarz odniósł kolejny sukces kontrowersyjności, stał się pewnego rodzaju radykalnym symbolem swoich czasów. Kalendarz Pirelli na 1966 rok zrodził się z weny. Zawierał on zdjęcia zrobione przez Petera Knappa w Maroku. Był mieszanką erotyzmu, złośliwości oraz delikatnego pogwałcenia zasad i twardego podążała drogą do międzynarodowej sławy.

W kolejnych latach zmieniły się nazwiska fotografów i modelek (wśród których znalazły się m.in. Nastassja Kinski, Naomi Campbell, Cindy Crawford i Monica Bellucci), miejsca plenerów i pomysły na pokazanie urody kobiecego ciała, a kolejne edycje „The Cal” niezmiennie wzbudzały liczne emocje. I tak było także w tym roku, o czym mogą świadczyć chociażby reakcje zwiedzających kielecką wystawę, którzy zgodnie uznawali, że Kalendarz Pirelli nadal jest marką samą w sobie. Jaki będzie ten na 2006 rok? Zapewne równie ekscytujący, co poprzednie edycje.

Opracowanie: Tomasz Kosiński
(na podstawie materiałów Pegasus PR).

