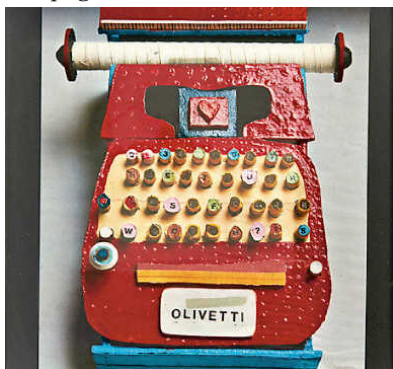


Olivetti, l'impresa
che aveva visto
un pezzo di futuro

di **GIAN LUCA FAVETTO**

➔ a pagina 9



➔ Un nuovo libro sul mito Olivetti

La lezione di *Olivetti* l'impresa che aveva già inventato il futuro

Non soltanto macchine per scrivere, ma un'idea di azienda capace di mettere insieme tecnica e umanesimo, profitto e comunità, innovazione e bellezza. La genialità di Adriano in un nuovo libro

IL LIBRO

di **GIAN LUCA FAVETTO**

Quanto ci sarebbe bisogno oggi di Olivetti. Proprio in questi tempi rocamboleschi e confusi. Un nome declinabile come fabbrica, come azienda e anche come persone: Camillo, il padre che l'ha fondata nel 1908 a Ivrea, e Adriano, il figlio che, diventato direttore generale e

poi presidente negli anni Trenta, la trasforma in multinazionale e la guida fino a quando non muore nel 1960. Un nome che tiene insieme memoria e futuro, grazie a una formidabile visionarietà produttiva. Un nome che vuole dire idealismo e concretezza, innovazione e tradizione, etica

ed estetica, buona pratica e costruzione di utopie. Quel pensiero di comunità, quello stile, quella capacità di progettare e fondare il nuovo, andando contro al declino e alla stagnazione, sarebbero oggi di straordinaria attualità e impellente necessità.

Viene bene, al-

lora, fare un ripasso della storia, dei prodotti e dell'immagine Olivetti. Sfolgiando un libro appena uscito. Si intitola, appunto, "Olivetti. Nuove storie da una collezione". Lo ha pubblicato Ronzani editore (334 pagine, 50,00 euro). A curarlo sono Fiorella Bulegato, docente di Storia del graphic design alla IUAV di Venezia, e Alessandro Santero, libraio antiquario in Asti. Una introduzione e tre saggi: i due di Dario Scodeller raccontano il modello del design integrato della fabbrica di Ivrea, nonché le tre macchine per scrivere portatili diventate icone del design italiano, la Studio 42, la Lettera 22 e la Valentine; mentre quello firmato da **Eugenio Sidoli** e Andrea Granelli presenta, come da titolo, un appassionato "Vocabolario Olivetti. Parole che costruiscono" e schizza un ritratto istruttivo e approfondito di Adriano.

A seguire, sono raccolte più di cento schede sulla comunicazione Olivetti divise in quattro sezioni: prodotti, azienda, società e cultura, omaggio al manifesto. Più di trecento immagini documentano e raccontano macchine per scrivere e macchine contabili, calendari e manifesti, i libri della casa editrice Comunità e le pubblicazioni con cui l'azienda illustra e fa conoscere sé stessa, i manuali di istruzione e le brochure pubblicitarie, gli arredi metallici e i diversi servizi sociali di fabbrica.

È un viaggio affascinante nel mondo di un'azienda lungimirante e saggia, che è stata un modello d'impresa riconosciuto a livello internazionale. È anche un viaggio all'interno di un pensiero sociale e politico capace di mettere in pratica idee avveniristiche. Nell'introduzione Fiorel-

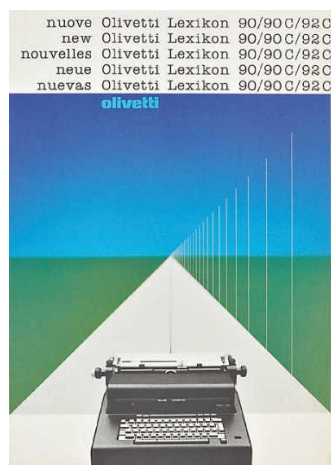
la Bulegato nota che la storia dell'Olivetti è "richiamata da molti, ma poco seguita nel concreto, talvolta mitizzata dalla critica tanto da sconfinare nella celebrazione sentimentale". Vero e imperdonabile.

Il fatto è che Adriano Olivetti è un pragmatico visionario. Studia e si prepara. Coniuga il pensiero tecnico scientifico con quello umanistico. Considera la tecnica sempre e solo a servizio dell'uomo. Crede nella ricerca continua e teorizza che il profitto debba favorire il progresso dell'azienda. È un timido dotato di carisma che sa scegliere i collaboratori: li ascolta, delega, li

motiva. Si occupa del territorio e della comunità. Soprattutto, pensa al futuro per agire nel presente. "Nessuno come lui -scrivono Sidoli e Granelli- ha lasciato una traccia così originale nella cultura d'impresa del paese e ha interpretato il tema dell'innovazione, del design e del 'bello' in modo tanto esteso, attraendo e coinvolgendo intellettuali di tutte le estrazioni in ogni

funzione aziendale". L'immagine che il volume restituisce di Olivetti, azienda e uomini, è quella di una rivoluzione gentile. Un unicum che sarebbe tempo di replicare.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



↑ Nel libro sono raccolte più di cento schede sulla comunicazione Olivetti divise in quattro sezioni: prodotti, azienda, società e cultura

**IL VOLUME**

**"Olivetti.
Nuove storie
da una
collezione"**

Ranzani editore
334 pagine
50 euro