

### **Camillo e Adriano Olivetti, un'azienda innovativa e creativa, la sua comunicazione e la sua cultura di impresa raccontata da Pasquale Barbella**

Q

Quando mi innamorai della Olivetti avevo otto anni o giù di lì. Allora era un sentimento elementare, nato semplicemente dal fatto che mi piaceva giocare con la dattilografia. Se sulla scrivania di mio padre invece di una Olivetti ci fosse stata una Remington, mi sarei innamorato della Remington.

Se poi ho amato la Olivetti per tutta la vita, non è stato né per nostalgia né per feticismo. Nel corso del tempo – e, devo ammetterlo, con una certa lentezza – ho scoperto che dietro l'oggetto del mio desiderio c'era una storia ricca e affascinante. A volte si comincia a corteggiare qualcuno solo per il suo aspetto, per l'atteggiamento, per una frase o un gesto. Poi si scoprono, a poco a poco, infiniti tratti che era stato impossibile cogliere a prima vista; e in qualche caso queste rivelazioni rafforzano l'affetto, la stima, la passione, la fiducia, la fedeltà.

## **\*vorrei** Olivetti. Appunti su un'impresa creativa e sulla sua comunicazione

Lunedì, 04 Novembre 2013 10:37 Di Pasquale Barbella

---



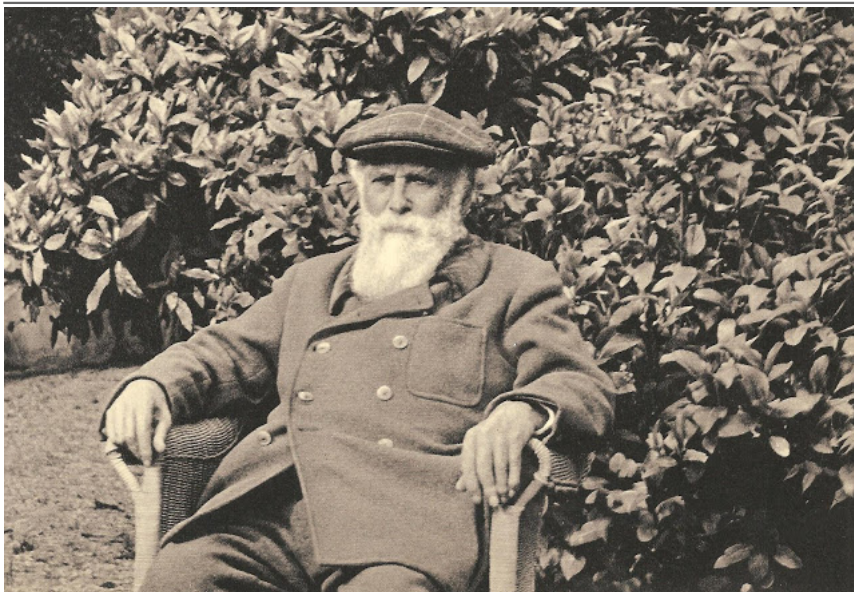
Adriano Olivetti (1901-1960) in un ritratto di Ghitta Carell, 1955.

A ventidue anni mi imbattei nel *Lessico familiare* di Natalia Ginzburg [1] e appresi, con un certo stupore, che anche gli imprenditori hanno un'anima. Adriano Olivetti si candidò autorevolmente a diventare uno dei miei eroi di riferimento. Una notte del 1926 aveva addirittura – avventurosamente, e a proprio rischio e pericolo – aiutato il vecchio Filippo Turati, cui il regime fascista aveva vietato persino il passaporto, a riparare in Francia. Le mie idee giovanili sul capitalismo e sul marxismo non prevedevano un simile paradosso.

Gli Olivetti raccontati da Natalia Ginzburg acquisirono ai miei occhi uno charme irresistibile. Non solo Adriano ma anche suo padre, il ruvido ingegner Camillo, fondatore dell'azienda. Scrive la Ginzburg: «Adriano non venne arrestato, e partì per l'estero; e lui e mia sorella si scrivevano, essendosi fidanzati. Venne il vecchio Olivetti dai miei genitori, a chiedere, per suo figlio, la mano di mia sorella; venne da Ivrea in motocicletta, con un berretto a visiera, e con molti giornali sul petto: perché usava tappezzarsi il petto di giornali, quando andava in motocicletta, per il vento. Chiese la mano di mia sorella in un attimo; e poi però rimase ancora un pezzo in poltrona nel nostro salotto, trastullandosi con la sua barba, e raccontando di sé: come aveva tirato su la sua fabbrica, con pochi soldi, e come aveva educato tutti i suoi figli, e come leggeva ogni sera, prima d'addormentarsi, la Bibbia.»

## **vorrei** Olivetti. Appunti su un'impresa creativa e sulla sua comunicazione

Lunedì, 04 Novembre 2013 10:37 Di Pasquale Barbella



L'ing. Camillo Olivetti (Ivrea, 1868 – Biella, 1943), fondatore nel 1896 della C. Olivetti & C.

Camillo Olivetti apparteneva a una famiglia della borghesia ebraica di Ivrea; era di fede socialista, amico di Turati, e riuscì a far convivere senza traumi i suoi ideali politici con l'attività imprenditoriale. Anticipò pensieri, programmi e sperimentazioni che Adriano avrebbe poi sviluppato in modo audace e sistematico: dai finanziamenti all'editoria al giornalismo politico, dalla contiguità con le maestranze (mai considerate in modo strumentale) all'assidua ricerca – anche all'estero – di modalità tecnologiche e organizzative utili al miglioramento della produttività. «Tu puoi fare qualunque cosa, tranne licenziare qualcuno per motivo dell'introduzione dei nuovi metodi. Perché la disoccupazione involontaria è il male più terribile che affligge la classe operaia.» Con queste parole si rivolge al figlio Adriano quando gli consegna le redini dell'azienda. I nuovi metodi ai quali allude sono quelli del taylorismo, del fordismo e della catena di montaggio, che il ragazzo ha osservato e studiato con interesse nei suoi mesi di ricerche negli Stati Uniti. Quando, nel dicembre 1943, Camillo Olivetti muore a Biella, invisato alle autorità fasciste per via delle leggi razziali, una moltitudine di operai giunge da Ivrea per partecipare al suo funerale, in barba alla sorveglianza del regime.

Quanto ad Adriano, socialista liberale, deve a un certo punto accorciare le distanze fra la sua ritrosia e le istituzioni fasciste, allo scopo di proteggere l'impresa e favorirla contro la concorrenza estera – ma anche per presentare personalmente a Mussolini qualcosa cui tiene moltissimo, un progetto urbanistico per la Val d'Aosta. Il flirt dura poco: da ebreo prima, e da sovversivo poi, finisce col subire di persona più d'una umiliazione, compreso un soggiorno di due mesi a Regina Coeli e un biennio d'esilio in Svizzera.

In queste pagine dovrei parlare della comunicazione Olivetti, ma non avrebbe senso farlo senza aver tratteggiato, sia pure sommariamente, un quadro d'insieme. Perché raramente, come in questo caso, succede che la pubblicità sia il logico risultato d'un pensiero imprenditoriale allo stesso tempo preciso e complesso. Il caso Olivetti si dimostra esemplare per la coerenza tra gli effettivi valori culturali dell'azienda (e della marca) e la sua comunicazione.

# **vorrei Olivetti. Appunti su un'impresa creativa e sulla sua comunicazione**

Lunedì, 04 Novembre 2013 10:37 Di Pasquale Barbella

---

Nel piccolo universo del Canavese sorge con Camillo Olivetti, e si evolve con Adriano, una concezione d'impresa di nuovo stampo, che mira a rendere compatibili l'efficienza e la responsabilità sociale, la fabbrica e il territorio, l'industria e la comunità, il lavoro e la qualità della vita. «La Olivetti di Adriano anticipò di decenni la maggior parte delle aziende italiane, fors'anche di quelle europee, nel perseguire una concezione integrata di tutti gli elementi che potevano concorrere a formare l'immagine dell'azienda», ricorda Luciano Gallino, ricercatore sociale che collaborò a lungo con l'impresa d'Ivrea[2]. Un preciso fil rouge connette l'estetica dei prodotti, l'intensa attività editoriale della Casa e la grafica di manifesti, annunci, brochure. La grafica Olivetti coniuga, a lungo e continuamente, due valori essenziali: l'ingegneria e l'italianità, intese entrambe nell'accezione più gentile, più ampia e più colta. Per Adriano «l'industria e la cultura [...] erano tutt'uno. [...] Egli avvertiva veramente una profonda identità tra il costruire, il produrre e il fare cultura, il diffondere valori estetici. Il prodotto [...] doveva essere intrinsecamente bello, perché questo era il naturale riflesso, l'aspetto immanente della sua efficienza.»[3]

La tentazione di accostare due personaggi diversissimi, ma affini per genio e tensione visionaria, come Adriano Olivetti e Steve Jobs, è stravagante ma istintiva. Ci hanno provato gli autori di *Correva l'anno*, trasmissione di approfondimento storico di Rai Tre, dedicando all'insolita coppia un documentario intitolato *La passione per il futuro*[4] (lo si può rivedere su YouTube). Ad accomunare i due c'è la spinta a trasformare utopie in realtà: non c'è sogno che non possa realizzarsi, per quanto avveniristico o fantasioso possa sembrare.

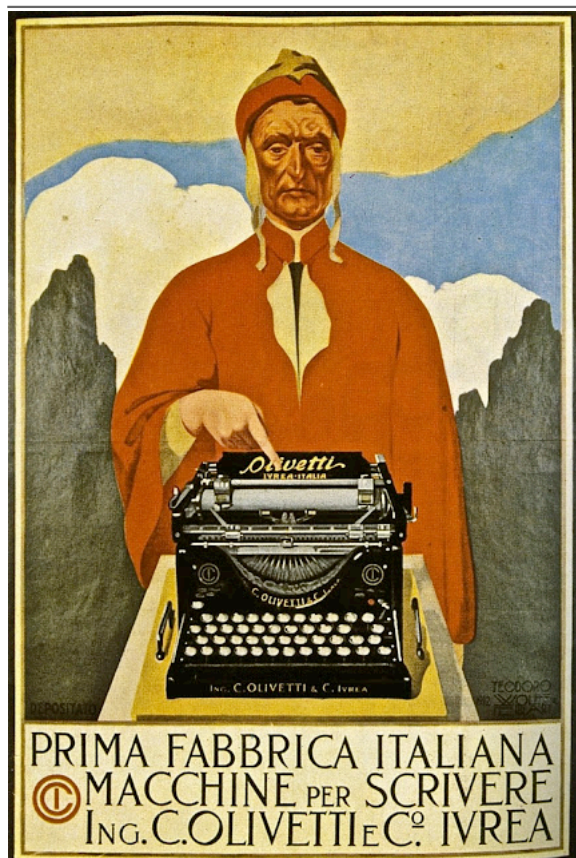
## **La città ideale**

Adriano Olivetti amava a tal punto l'urbanistica e l'architettura da rilanciare, aggiornandolo, uno dei concetti più ambiziosi in voga nel Rinascimento: quello della "città ideale". Tra il 1934 e il 1942 gli architetti Figini e Pollini realizzarono a Ivrea non solo le nuove Officine Olivetti ma anche un asilo nido e case popolari per gli operai e gli impiegati. Ivrea cominciò a respirare aria di Bauhaus e Le Corbusier (anche se, va detto, il maestro non apprezzò alla follia il lavoro fatto nella *company town* e offrì i suoi servizi per intervenire nel progetto: Adriano lo incontrò nel 1936, ma preferì andare avanti con il team che si era scelto).

Ho accennato al Rinascimento. Il periodo d'oro della cultura italiana mi torna spontaneo alla mente ogni volta che penso alla Olivetti. Per un motivo semplice: la concezione multidisciplinare del sapere e del fare, e l'armonia che ne deriva. A Ivrea confluivano, sotto la guida illuminata di Adriano, scrittori e sociologi, poeti e designer, architetti e urbanisti, romanzieri e filosofi, psicologi e pittori... Un capitalismo d'avanguardia di specie umanistica, solidamente razionale nei metodi e nell'organizzazione ma apertissimo al dibattito e alla ricerca, al talento e alla creatività.

# \*vorrei Olivetti. Appunti su un'impresa creativa e sulla sua comunicazione

Lunedì, 04 Novembre 2013 10:37 Di Pasquale Barbella



Manifesto disegnato nel 1912 da Teodoro Wolf-Ferrari, pittore veneziano, per il primo modello Olivetti di macchina per scrivere standard, la M1, progettata da Camillo Olivetti.

Il primo manifesto Olivetti che si ricordi, quello con Dante Alighieri che indica una M1 e la frase "Prima fabbrica italiana di macchine per scrivere Ing. C. Olivetti & C° Ivrea", esce nel 1912 (Adriano è ancora un bambino). Il progettista della macchina è Camillo in persona e il manifesto è di un pittore veneziano, Teodoro Wolf-Ferrari, fratello del celebre compositore Ermanno. L'idea è tipica di un elegante manierismo piuttosto comune nelle *affiches* dell'epoca, ma stabilisce equazioni all'insegna dell'italianità – primato letterario e primato tecnologico; letteratura e dattilografia; classicità e modernità – sulle quali l'azienda costruirà in seguito uno dei suoi filoni iconografici.

# \*vorrei Olivetti. Appunti su un'impresa creativa e sulla sua comunicazione

Lunedì, 04 Novembre 2013 10:37 Di Pasquale Barbella



Manifesto di Ernesto Pirovano, 1923.

È invece di Ernesto Pirovano il manifesto del 1923 in cui si vede la M20 (“la rapidissima”) correre sui binari inseguita da un treno. La M20 era stata progettata da Camillo Olivetti e dal suo tecnico di fiducia Domenico Burzio, «solido come un ceppo, dinastia di artigiani fucinatori, seconda elementare come scuola d’obbligo, specializzazione elettrotecnica caparbiamente conquistata sera dopo sera alla fine di dieci ore di lavoro, sabati compresi.»[5] Questa macchina fu uno dei fiori all’occhiello della fabbrica dal 1920 al 1933, e il nome M20 fu ripreso nel 1982 per il personal computer sviluppato nell’Olivetti Advanced Technology Center di Cupertino (la ruota della storia ci riconduce dalle parti di Steve Jobs). L’illustrazione di Pirovano è piuttosto tradizionale, ma risente – tematicamente – del culto delle macchine e della velocità proprio del futurismo. Già nel 1918, in *Universo futurista*, Giacomo Balla faceva notare che «La macchinetta da scrivere è più architettonica dei progetti edilizi premiati nelle accademie e nei concorsi.»

# \*vorrei Olivetti. Appunti su un'impresa creativa e sulla sua comunicazione

Lunedì, 04 Novembre 2013 10:37 Di Pasquale Barbella



Manifesto di Marcello Dudovich, 1926.

Per tutti gli anni Venti e parte dei Trenta la pubblicità della Olivetti non si discosta granché dai codici espressivi del periodo. Si fa notare, tuttavia, per l'esaltazione progressiva di una figura professionale, la Segretaria-Dattilografa, cui vengono dedicati, tra l'altro, diversi annunci usciti su *L'Illustrazione italiana*. Marcello Dudovich la ritrae in un paio di manifesti rimasti famosi, uno del 1926 e l'altro del 1928, entrambi per la M20. Nel primo la signorina è vestita di bianco su sfondo rosso, e si stringe le mani visibilmente felice di poter disporre del mirabile supporto fornitole dalla tecnologia. Nel secondo le segretarie sono due, abbigliate e acconciate alla moda, e la composizione grafica, estremamente stilizzata, è un piccolo capolavoro di gusto e modernità.

# \*vorrei Olivetti. Appunti su un'impresa creativa e sulla sua comunicazione

Lunedì, 04 Novembre 2013 10:37 Di Pasquale Barbella

---



Manifesto della macchina per scrivere M20, disegnato nel 1928 dal cartellonista triestino Marcello Dudovich.

Sulle pagine de *L'Illustrazione italiana* il rapporto segretaria-prodotto è trattato invece in modo più enfatico, con immagini che attingono allo stile delle cartoline popolari. Abbigliamento e pettinature sono old-fashioned rispetto ai modelli proposti da Dudovich. In uno dei soggetti la ragazza, seduta di profilo al suo desco, assiste rapita all'apparizione miracolosa della M20, alonata e sospesa in alto come una Madonna. Trionfo della meccanica ma anche dell'ingenuità. Viene in mente una delle più popolari lavoratrici italiane di quei tempi, la commessa di profumeria ingannata da Vittorio De Sica in *Gli uomini, che mascalzoni!* (1932).



# \*vorrei Olivetti. Appunti su un'impresa creativa e sulla sua comunicazione

Lunedì, 04 Novembre 2013 10:37 Di Pasquale Barbella



Inserzione sulla rivista *L'Illustrazione Italiana*, 1929 circa.

Sempre sulla stessa rivista compaiono, contestualmente all'affettuosa saga delle segretarie, annunci dello studio milanese Dalmonte Acme di stampo decisamente rétro (siamo nel 1928-1929). Vi domina un tardo classicismo di specie virile, mitologica e fascista, a base di aquile e statuarie muscolature grecoromane, poeti e corazze, elmi e cartigli. Con abbondanza di tirate patriottiche e protezionistiche: «Velocità, Solidità, Bellezza, Scorrevolezza. La macchina Italiana che nulla ha da invidiare alle macchine straniere»; «Se i nostri vecchi [i padri della letteratura, ndr] potessero vedere la macchina da scrivere Olivetti, griderebbero al miracolo!»; «Italiano, tu che hai combattuto, sofferto e vinto non preferire le macchine straniere all'italianissima Olivetti. La storia dell'Italia vittoriosa si deve scrivere con la macchina Olivetti.»

# \*vorrei Olivetti. Appunti su un'impresa creativa e sulla sua comunicazione

Lunedì, 04 Novembre 2013 10:37 Di Pasquale Barbella

---



F. Gibelli, *La dolcissima tastiera*, 1929.

Di tutt'altra sensibilità gli annunci dell'Ufficio Pubblicità Olivetti che, verso la fine del 1929, provvedono a ingentilire l'immagine in modo nuovo, più ellittico e simbolico rispetto al recentissimo passato. Qui il pittore F. (Francesco?) Gibelli propone una soggettiva dal punto di vista della dattilografa: la mano delicata, slanciata e curatissima che accarezza la macchina, qualche documento e un taccuino sulla scrivania, un vasetto di rose e un claim, «La dolcissima tastiera», in aperta antitesi con la pugnace retorica di prima ma anche con il didascalismo oleografico delle precedenti glorificazioni femminili. La visione di Adriano, più giovane e moderna, si fa avanti. Rose, rondini e gabbiani subentrano a un'iconografia spesso conformista e naïf.

# \*vorrei Olivetti. Appunti su un'impresa creativa e sulla sua comunicazione

Lunedì, 04 Novembre 2013 10:37 Di Pasquale Barbella



Manifesto per la MP1, la prima portatile Olivetti (entrata in produzione nel 1932), disegnato da Xanti Schawinsky nel 1935.

Ma il vero punto di rottura si registra a partire dal 1932 con la MP1 (lco), la prima portatile Olivetti, disegnata da Aldo Magnelli e non più nera come le sorelle maggiori, ma disponibile in rosso, blu, azzurro, marrone, verde, grigio e avorio. Rossa è quella immortalata da Xanti Schawinsky nel bellissimo manifesto del 1935, insieme al primo piano della segretaria più chic e più alla moda di tutte: bionda sotto l'obliquo cappello a larghe falde di velluto nero, le labbra segnate di rosso, le sopracciglia sottili, ricorda le dive dei telefoni bianchi come Isa Miranda, Alida Valli, Caterina Boratto, Vivi Gioi, Isa Pola. «Uno dei tramiti con la Bauhaus, oltre le letture di Adriano, è Alexander Schawinsky, detto Xanti, che alla chiusura del laboratorio della nuova arte applicata approda a Milano e, assieme a Luigi Figini e Gino Pollini, è incaricato dei primi studi sulla carrozzeria della semistandard "Studio 42", che è del 1935.»<sup>[6]</sup> Al progetto partecipa anche l'ingegnere Ottavio Luzzati.

Con Schawinsky comincia a saldarsi l'anello di congiunzione fra design industriale e design grafico, in nome di quella teoria della multidisciplinarietà cara ad Adriano Olivetti. Gli intellettuali di cui ama circondarsi sono umanisti aperti alle più varie contaminazioni: come Leonardo Sinigalli, poeta, matematico, ingegnere e grafico, cui affida, a partire dal 1938, il servizio sviluppo e pubblicità. Sinigalli sbarca a Ivrea con un'équipe di giovani appena sfornati dalla scuola d'arte di Monza.

Lunedì, 04 Novembre 2013 10:37 Di Pasquale Barbella

## Leggerezza di tocco

Dal gruppo Casabella arrivano a Ivrea Marcello Nizzoli e Giovanni Pintori, che diventeranno due figure-chiave della cultura Olivetti; c'è anche Costantino Nivola, direttore dell'ufficio grafico, che con elegante minimalismo raffigura una Studio 42 verde sospesa su uno scatolone da imballaggio. «La nuova Olivetti Studio 42», recita il testo, «racchiude nella dimensione di una portatile la robustezza e l'efficienza della macchina da ufficio.» In un'altra locandina di Nivola, 1936, della macchina restano solo i tasti sospesi per aria, con mano femminile bianca in primo piano e farfalla sullo sfondo; il testo dice «Leggerezza di tocco.» Anche Pintori, il pittore e designer di Oristano che in Olivetti resterà per più di trent'anni a partire dal 1936, provvede ad alleggerire la meccanica degli ingranaggi con tocchi di leggerezza e femminilità: i fiori – rose, margherite, garofani, orchidee – faranno spesso da attributo visivo a macchine per scrivere e calcolatori. Simbologia probabilmente allusiva a un presunto “tocco italiano”, fatto di garbo, leggerezza, amabilità. E pensare che il primo lavoro di Pintori in Olivetti era stato quello di disegnare una fresatrice.



Manifesto del 1947 di Giovanni Pintori per le macchine da calcolo Olivetti.

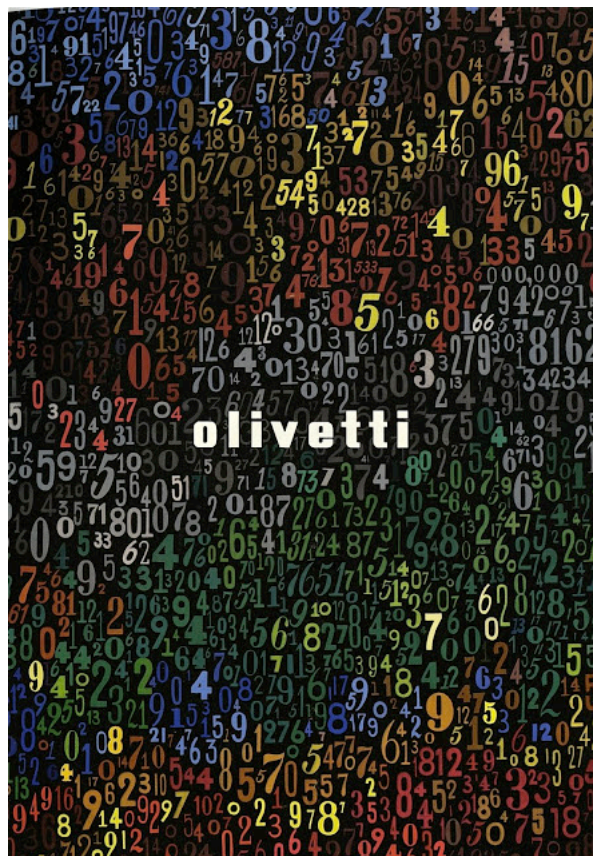
Dove l'olivettismo si fa più intrigante è nella grafica meno ornamentale e, per così dire, più "ingegneristica". Il logo Olivetti, dapprima in un corsivo calligrafico e un po' notarile, si avventura in una serie di sperimentazioni. Nel 1934 Schawinsky ne disegna uno in Universal

# \*vorrei Olivetti. Appunti su un'impresa creativa e sulla sua comunicazione

Lunedì, 04 Novembre 2013 10:37 Di Pasquale Barbella

Pica, carattere molto simile a quello della macchina per scrivere meccanica (un'anticipazione concettuale del Courier, usato dall'IBM a partire dal 1950). Il logo coesiste per qualche tempo con uno del tutto diverso, in Etrusco minuscolo e spaziato, che diventerà la matrice di sviluppi successivi, talvolta radicali, a cura di Pintori (1946-1947), Nizzoli (1952), Walter Ballmer (1970), Giovanni Ferioli (1983).

Una locandina del 1939, attribuita a Pintori ma da altre fonti a Schawinsky, assembla elementi di design e tipografia in una composizione che esalta il concetto di progettualità tecnica ed estetica che sta alla base della Studio 42. La macchina è vista dall'alto sullo sfondo di una grande A; a sinistra si vedono lettere di altri alfabeti – l'amarico, il cirillico, il greco – e, sotto, una scritta promette «Tastiere per tutte le lingue e caratteri di ogni stile.» Lettere e cifre diventeranno materia ricorrente nelle visualizzazioni pubblicitarie dell'azienda. In alcuni casi, Pintori userà quei segni di scrittura per tappezzare i suoi manifesti in modo stupefacente: come nel caso dei numeri colorati su fondo scuro (1949), una pioggia algebrica e arcobalenica che fa da cornice al logo bianco centrale.



Giovanni Pintori, 1949.

Marcello Nizzoli (1887-1969), emiliano di Boretto, designer, architetto, pittore e pubblicitario, firmò una serie di prodotti-cardine: dalla Lexikon 80 (1948) alla calcolatrice meccanica Divisumma 14 (1948), dalla Lettera 22 (1950) alla Studio 44 (1952), dalla macchina da calcolo

# **vorrei** Olivetti. Appunti su un'impresa creativa e sulla sua comunicazione

Lunedì, 04 Novembre 2013 10:37 Di Pasquale Barbella

---

Divisumma 24 (1956) alla Lettera 32 (1963). Nel 1952 la Lettera 22 e la Lexikon 80 vennero incluse nella collezione permanente del Museum of Modern Art di New York.



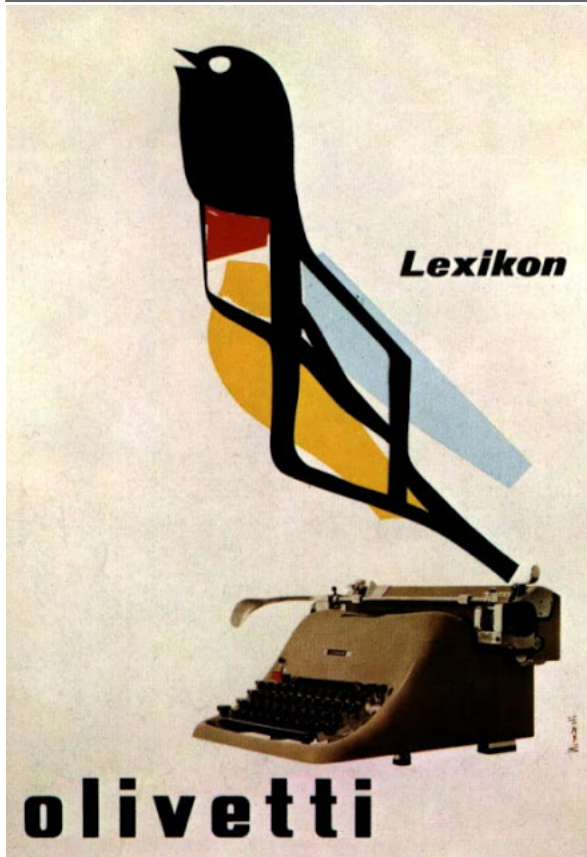
Olivetti Lettera 22, progettata da Marcello Nizzoli in collaborazione con l'ingegnere Giuseppe Beccio. Compasso d'Oro 1954, miglior prodotto di design del secolo secondo l'Illinois Institute of Technology (1959), collezione permanente di design al Museum of Modern Art di New York.

Nel 1949 Nizzoli disegna un manifesto per la Lexikon nel filone poetico primaverile già noto per fiori e farfalle. Questa volta si tratta di un uccellino cinguettante, ma la sapiente stilizzazione basta a “tecnicizzarlo” quanto basta per renderlo concettualmente compatibile con la macchina. Uno degli esempi più riusciti della strategia della “meccanica gentile” ricorrente nella comunicazione olivettiana.

# \*vorrei Olivetti. Appunti su un'impresa creativa e sulla sua comunicazione

Lunedì, 04 Novembre 2013 10:37 Di Pasquale Barbella

---

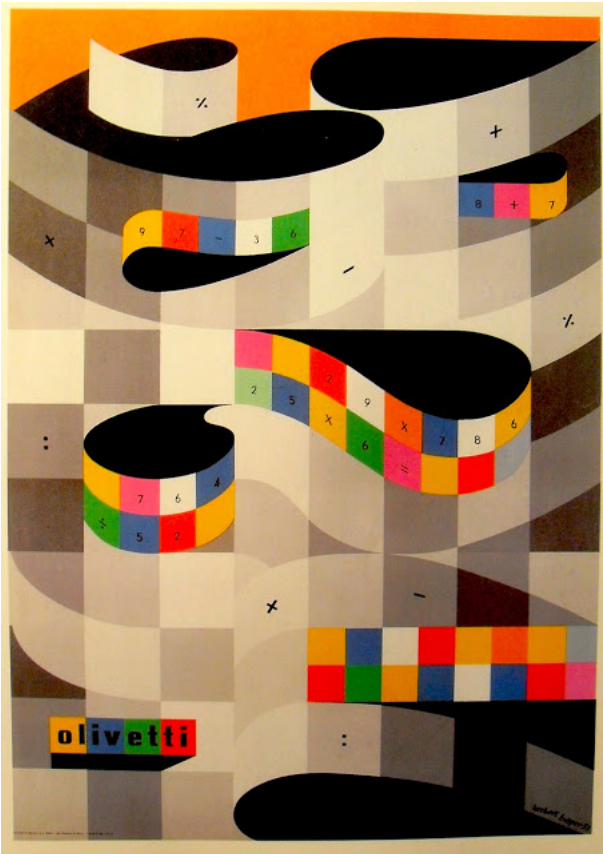


Marcello Nizzoli, 1949.

Dal 1950 in poi, Giovanni Pintori interpreta lo stesso tema in varie forme: combina il progetto, disegnato al tratto, della Lettera 22 con una fioritura di margherite scontornate; decreta, con la complicità di Sinisgalli, la fine definitiva dell'era del calamaio, introducendovi un ramo di rosa (Studio 44); declina un arabesco di frecce colorate, a mo' di ramificazione ornamentale, per la macchina da calcolo Tetractys (1956); trasforma in una città escheriana, fatta di un accalcarsi di parallelepipedi a colori, i tasti della Elettrosumma 22 (1956). Il suo è un mondo di geometrie lievi e immaginarie, in cui le forme degli oggetti, dei fiori, degli animali, delle persone, si prosciugano fino all'essenziale, fino alla purezza segnaletica delle idee platoniche. Nizzoli e Pintori vincono premi a non finire sia nel campo grafico che in quello del design industriale, in Italia e altrove.

# \*vorrei Olivetti. Appunti su un'impresa creativa e sulla sua comunicazione

Lunedì, 04 Novembre 2013 10:37 Di Pasquale Barbella



Herbert Bayer - ex Bauhaus, ex Vogue – interpreta le macchine da calcolo Divisumma, 1953.

Certo la loro idea di pubblicità, condivisa e patrocinata da Adriano Olivetti, non coincide minimamente con i canoni dell'advertising statunitense importati in Europa, Italia compresa, nei primi anni Cinquanta. I pubblicitari formati a partire da quell'epoca nelle agenzie multinazionali di Milano avevano altri codici; la stessa fraseologia professionale contribuì ad allargare la divergenza tra l'operato del graphic designer e quello dell'art director, funzioni assolutamente analoghe ma di scuola così culturalmente diversa da generare polemiche e fratture insormontabili (un primo Art Directors Club milanese, fondato da graphic designer, andò letteralmente a rotoli e scomparve dalla scena quando si tentò di assortire al suo interno i due mondi).

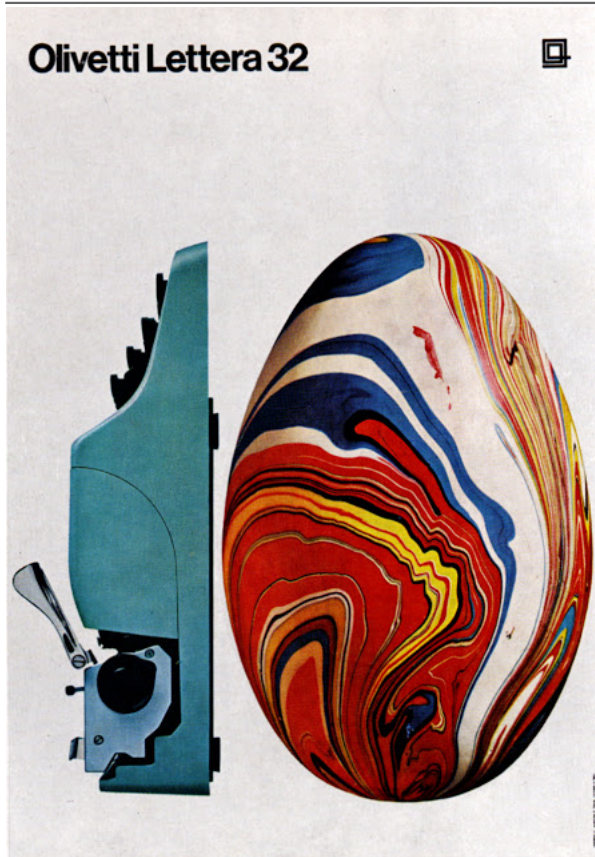




Manifesto disegnato nel 1955 da Giovanni Pintori per la Lexikon 80, uscita nel 1948 su progetto di Giuseppe Beccio e design di Marcello Nizzoli.

## Un popolo di pensatori, architetti e designer

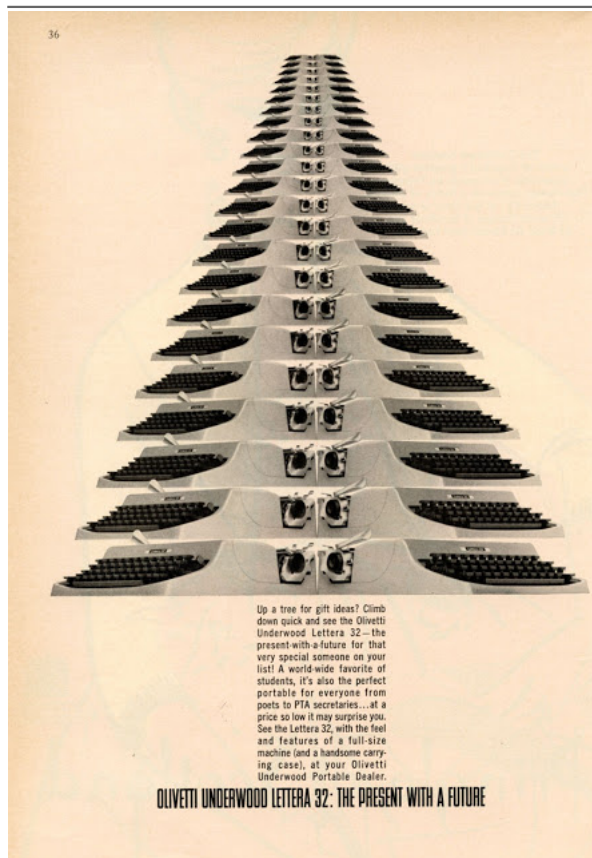
A partire dagli anni Quaranta entrano nell'orbita olivettiana, da free-lance o coinvolti in modo stabile, altri grandi protagonisti della cultura italiana ed europea. Nel 1943 viene assunto Cesare Musatti, il pioniere della psicoanalisi italiana, per fondare un centro di psicologia del lavoro. Egidio Bonfante, designer che resterà fedele all'azienda per quarant'anni, vi fa il suo ingresso nel 1948 per studiare la veste grafica della nuova serie della rivista *Comunità* diretta da Adriano Olivetti; si occuperà poi a lungo di editoria olivettiana, negozi, showroom, stand fieristici, grafica e pubblicità. Nel 1956 arriva il poeta e narratore Paolo Volponi, prima come collaboratore e poi come direttore dei servizi sociali; dal 1966 al 1971 dirigerà tutte le relazioni aziendali. Nel frattempo Leo Lionni sintetizza in soli cinque segni geometrici, bianchi su sfondo verde acqua, una figura umana al lavoro con la Lettera 22 (1956).



Manifesto di Walter Ballmer per la Lettera 32, 1968.

Lo stesso anno viene assunto il grafico svizzero Walter Ballmer, proveniente dal prestigioso Studio Boggeri di Milano (dove avevano militato altri olivettiani, di passaggio come Bruno Munari o permanenti come Schawinsky e Nizzoli). Ballmer stilizza brochure istituzionali, un'inserzione con una piramide di tante Lettera 32 disposte a forma di albero di Natale, composizioni grafiche fondate sull'alfabeto, rappresentazioni della cultura Olivetti in forma di donna; e rielabora nel 1970 il logo Olivetti in modo esemplare. Ettore Sottsass Jr. inizia la sua collaborazione nel 1958 nel settore del computer design a fianco di Nizzoli, di cui prenderà il posto dopo il ritiro. Con Sottsass vengono creati prodotti come il calcolatore mainframe Elea 9003 (1959), la Olivetti Valentine (1969) e il computer M24 (1984).

Lunedì, 04 Novembre 2013 10:37 Di Pasquale Barbella



L'albero di Natale di Walter Ballmer, 1964.

Tra i Sessanta e i Settanta altri nomi illustri sono invitati a interpretare, occasionalmente e in tutta libertà, l'immaginario Olivetti: da Jean-Michel Folon ad Adrianus van der Elst, da Yoshitaro Isaka a Milton Glaser. Ed è probabilmente quest'ultimo a intuire con maggiore chiarezza, per la rossa Valentine creata da Sotssass e Perry King, il senso profondamente italiano e umanistico dell'esperienza Olivetti: nei suoi manifesti cita testualmente la pittura elegiaca di Piero di Cosimo (il cane meditativo sul prato accanto alla portatile) e, con la collaborazione di George Leavitt, lo studiolo di Federico da Montefeltro nel palazzo ducale di Urbino. Più tardi, nel 1983, Glaser interpreta in chiave botticelliana le nuove macchine per scrivere elettroniche.

# \*vorrei Olivetti. Appunti su un'impresa creativa e sulla sua comunicazione

Lunedì, 04 Novembre 2013 10:37 Di Pasquale Barbella



Milton Glaser cita Piero di Cosimo per la Valentine di Ettore Sottsass, 1970.



Piero di Cosimo (Firenze, 1461 circa - 1522), *Morte di Procri*, 1495 circa. Olio su legno di pioppo. Londra, National Gallery.

Rivisto nel suo insieme e a distanza di decenni, lo sterminato corpus della grafica e della pubblicità dei primi 70 anni di Olivetti sembra essere meno omogeneo e rivelatore della cultura d'impresa da cui deriva. Non è così organico come può esserlo stata, tanto per fare un esempio facile, la pubblicità della Volkswagen in mezzo secolo di campagne. Non è solo questione di format (chi se ne frega dei format?), ma di identità tematica ed espressiva: in apparenza, almeno. Se in altri casi è la comunicazione a illuminare la marca e il suo senso, per Olivetti è stato il contrario: è stata la marca a farci scoprire il senso, il valore, il merito e, forse, persino la coerenza della sua pubblicità.

*Olivetti*  
olivetti  
**olivetti**  
**olivetti**

Evoluzione del logo Olivetti. Dall'alto in basso: originale in corsivo in uso fino al 1934; logo disegnato da Xanti Schawinsky nel 1934; intervento di Giovanni Pintori (1946-1947) su un logo preesistente; sistemazione definitiva di Walter Ballmer (1970).

Quali insegnamenti si possono trarre dall'esperienza Olivetti? Limitiamoci a formularne uno: le aziende dovrebbero avere come imperativo categorico quello di farsi amare e rispettare, il più a lungo possibile. Non solo per la qualità dei prodotti e le relazioni pubbliche; non solo per la correttezza (etica, commerciale, amministrativa, organizzativa) e la pubblicità. L'impresa ideale è quella in cui i migliori talenti del momento sognano di andare a lavorare. Perché questo accada, è necessario che l'impresa coltivi qualche utopia e la renda condivisibile. Non basta riempirsi la bocca con la parola "mission", uno dei più osceni artifici retorici inventati dal kitsch manageriale dei nostri tempi; né basta menarla con la "filosofia", altro parolone snaturato da poveri di spirito pronti ad applicarlo al "posizionamento" di qualunque banalità. Va reinventata, e presto, una cultura d'impresa che riconsideri la propria identità sulla base di valori purtroppo desueti: più innovazione e meno chiacchiere; più umanesimo sociale e meno culto del profitto; più lavoro e meno finanza; più idee e meno "mission"; più senso della collettività e meno egocentrismo. Continuate voi.

**\*vorrei** Olivetti. Appunti su un'impresa creativa e sulla sua comunicazione

Lunedì, 04 Novembre 2013 10:37 Di Pasquale Barbella

---



Manifesto di Egidio Bonfante per Olivetti Divisumma 18, 1973.

Lunedì, 04 Novembre 2013 10:37 Di Pasquale Barbella

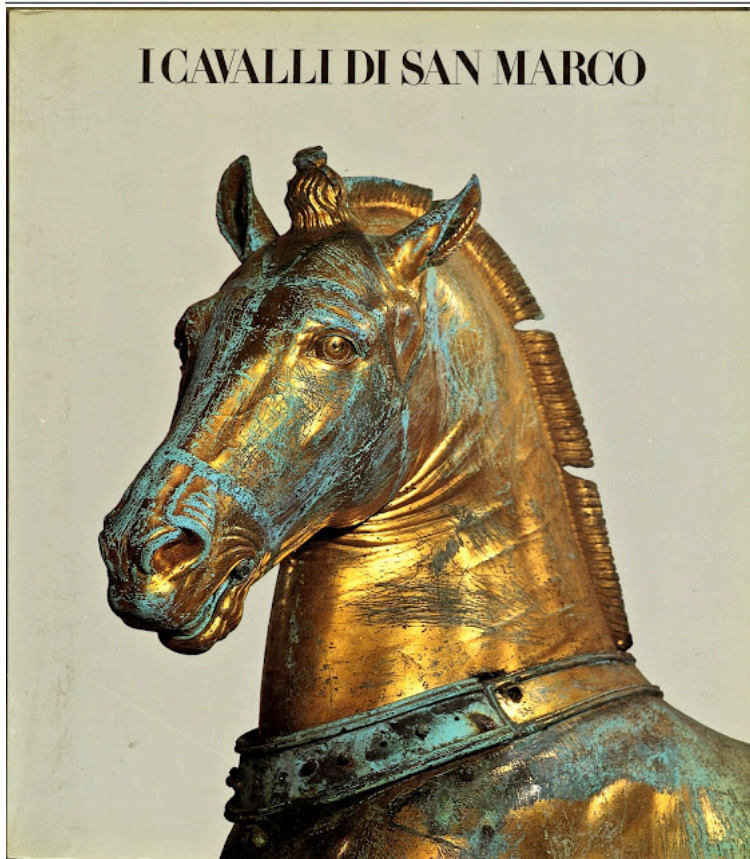


Mata Hari, danzatrice e spia, spaccia messaggi top secret in un manifesto di Flavio Costantini, 1977.

## L'Ultima Cena

Non dimenticherò mai di citare, fra i tanti motivi della mia affezione per Olivetti, i Cavalli di San Marco e l'Ultima Cena di Leonardo da Vinci. I primi, dopo essere stati rimossi dalla terrazza della basilica veneziana e restaurati, furono condotti in tournée per il mondo (io li ammirai al Palazzo Reale di Milano nel 1981) per una mostra presentata e organizzata dalla Olivetti. Adriano era morto da vent'anni, ma vivissima era ancora la sua presenza nelle attività culturali che l'azienda di Ivrea continuava a produrre. Nel catalogo della mostra Carlo De Benedetti, all'epoca vicepresidente e amministratore delegato della società, fa esplicito riferimento a una «tradizione Olivetti che ha antiche radici e che con essa [la mostra, ndr] insieme continua e si rinnova», e motiva l'impegno della Olivetti come «testimonianza verso il proprio Paese di una impresa che desidera partecipare alle sue imprese migliori e collaborare all'arricchimento della sua più nobile immagine.»[7]

Lunedì, 04 Novembre 2013 10:37 Di Pasquale Barbella

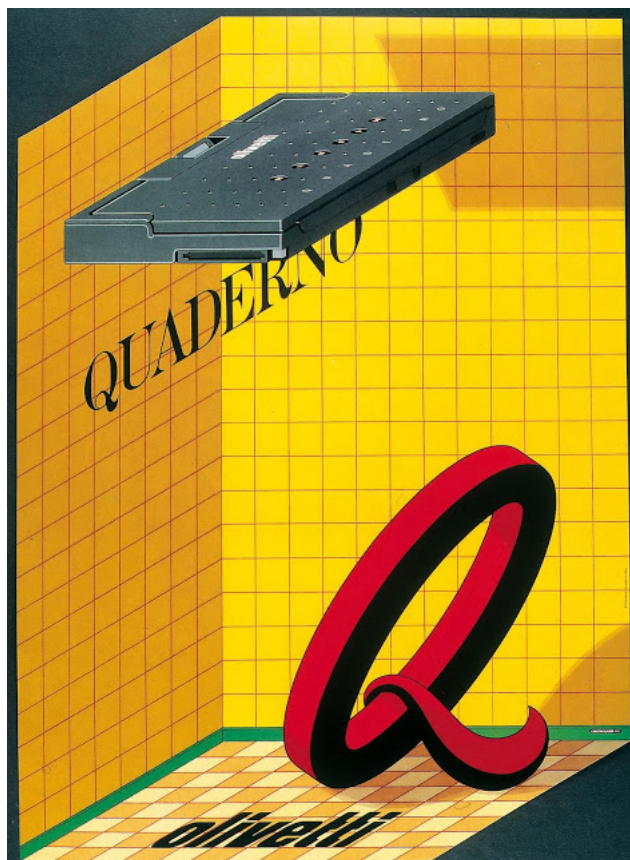


Restauro e mostra dei Cavalli di S. Marco a Venezia e in altre città del mondo, 1979-1982.

Di rilevanza ancora maggiore fu l'impegno profuso dalla Olivetti nella lunga opera di restauro (1977-1999) dell'Ultima Cena leonardesca, affrescata nel refettorio di Santa Maria delle Grazie a Milano. L'azienda finanziò da sola l'intero progetto dal 1982 fino alla fine. «La Olivetti, unico sponsor dei lavori, oltre ad assicurare il sostegno finanziario, mette a disposizione le sue competenze tecnologiche e, facendo leva anche sul prestigio culturale e artistico di Renzo Zorzi, responsabile delle Attività Culturali, svolge in modo discreto anche un'opera di coordinamento organizzativo di tutti gli enti coinvolti», come si legge nel sito dell'Associazione Archivio Storico Olivetti.[8]

Il curriculum delle grandi sponsorizzazioni olivettiane è ricchissimo. Comprende, tra le altre, "Da Giotto a Pontormo", mostra di affreschi staccati dopo l'alluvione di Firenze del 1966, restaurati e poi esposti in grandi musei in Europa e America (1968-1971); "Artisti italiani del primo Novecento, da Modigliani a Morandi", mostra di capolavori della collezione Mattioli (1969-1973); "Before Cortés", esposizione di scultura precolombiana a New York (1970); "Olivetti e gli artisti contemporanei", mostra portata in tre continenti (1976-1978); il restauro della Cappella Brancacci nella chiesa del Carmine a Firenze, affrescata da Masaccio, Masolino e Filippino Lippi (1980-1988); il restauro del Crocifisso di Cimabue, proveniente da Santa Croce in Firenze: l'opera, gravemente danneggiata dall'alluvione del 1966, dopo il restauro fu presentata a New York e in diverse città europee (1982-1983)... e l'elenco potrebbe continuare davvero a lungo.





Manifesto di Milton Glaser per il personal computer portatile Quaderno, 1993.

Ho avuto l'onore e il piacere di collaborare a più riprese con la Olivetti, dagli anni Ottanta fino agli esordi di Infostrada, la società di telecomunicazioni fondata insieme alla Mannesmann e poi ceduta all'Enel (2001). Altri tempi. L'azienda aveva i suoi problemi; stava perdendo il suo primato europeo nel settore informatico.

Ma ancora vi si respirava un'aria di grande civiltà.

Lunedì, 04 Novembre 2013 10:37 Di Pasquale Barbella

---



**Publicato per gentile concessione dell'autore.**

**Questo articolo è stato già pubblicato su Bill Magazine e sul blog [interpab.blogspot.it/](http://interpab.blogspot.it/)**

---

[1] Natalia Ginzburg, *Lessico familiare*, Torino: Einaudi, 1963.

[2] Luciano Gallino, *L'impresa responsabile. Un'intervista su Adriano Olivetti*, a cura di Paolo Ceri, Torino: Edizioni di Comunità, 2001.

[3] *ibid.*

[4] Documentario di Daniele Cini, ricerche di Fania Petrelli, in onda su Rai Tre il 21.06.2011; in *Correva l'anno* di Marina Basile e Tiziana Pellegrini, a cura di Mario Longoni, regia di Andrea Bevilacqua, produttore esecutivo Maria Carla Pennetta.

[5] Valerio Ochetto, *Adriano Olivetti*, Milano: Mondadori, 1985.

[6] V. Ochetto, *op. cit.*

[7] In *I Cavalli di San Marco*, Procuratoria di San Marco e Olivetti, 1977 e 1981.

[8] [www.storiaolivetti.it](http://www.storiaolivetti.it)