

La fabbrica delle lettere

Alla Triennale di Milano 75 anni di storia culturale dell'Olivetti

Franco Nencini

Nella storia dell'industria italiana, forse nessuna azienda ha avuto un impatto culturale paragonabile a quello della Olivetti. La mostra «Design - Process: Olivetti 1908 - 1983» che arriva a Milano al Palazzo dell'Arte alla Triennale dopo un lungo itinerario internazionale iniziato all'università di California e proseguito in Canada, in Giappone e al congresso mondiale degli architetti di Amburgo, è perciò anche un viaggio nella storia di 75 anni di cultura italiana. Dalla grafica alla pubblicità, dal design all'architettura, dalla sociologia e letteratura (basti pensare alle edizioni e alla filosofia dell'esperimento di Comunità) all'arte e alle sponsorizzazioni culturali. E ancora la mostra dei cavalli di San Marco, il restauro del crocifisso di Cimabue, l'impresa di riportare il Cenacolo leonardesco alla sua verità originaria e di garantirne la sopravvivenza nei secoli: tutte imprese realizzate non come fiori all'occhiello, ma strettamente integrate nella vita di un'azienda che ha sempre prodotto oggetti legati al lavoro intellettuale dell'uomo.

Dalla prima macchina per scrivere M 1, presentata nel 1911 da Camillo Olivetti all'Esposizione Universale di Torino, ai sistemi integrati di computer per ufficio M 40 degli anni '80, l'azienda di Ivrea ha sempre operato nel mondo della parola, del segno, della comunicazione, delle lettere e dei numeri. Ma da questa realtà produttiva, comune anche a molte altre aziende del settore a livello mondiale, la Olivetti ha saputo creare una estetica, una filosofia, una produzione di valori che concorrenti dai mezzi sterminati, come americani e giapponesi, non sono mai riusciti ad imitare.

Perché — ci si può chiedere — questa azienda ha sempre scelto grandi architetti per i suoi stabilimenti e i suoi uffici (citiamo per tutti la fabbrica in Pennsylvania realizzata da Louis Kahn e la scuola Olivetti per il training tecnico disegnata da Kenzo Tange a Tokyo)? Perché le sue macchine per scrivere

affidate a designers come Marcello Nizzoli, Mario Bellini, Ettore Sottsass sono sempre stati oggetti così belli da creare un feeling in chi li usa e da meritare premi internazionali e un posto stabile nei grandi musei e nella memoria del gusto? Perché impiegare sempre per i posters e la pubblicità gli artisti più significativi del tempo, da Dudovich negli anni '20 a Folon e Milton Glaser? Perché affidare l'architettura di ambienti a personaggi come Gae Aulenti, o Marco Zanuso? Perché produrre libri, concerti, opere d'arte, rischiando spesso di mettere in crisi non solo la redditività ma perfino la sopravvivenza economica dell'azienda?

Questi interrogativi, all'interno e all'esterno di Ivrea, sono stati posti varie volte nel corso di tre quarti di secolo, sia ai padri fondatori Camillo e Adriano Olivetti che ai loro attuali successori. Carlo De Benedetti, l'uomo che guida oggi l'azienda e che è riuscito a riportarla al profitto proprio negli anni di massima e più accelerata rivoluzione tecnologica e di durissima competizione sui mercati mondiali, dice presentando questa mostra: «... E' vero, oggi ogni giorno che sorge richiede trasformazioni, cambiamenti, nuove imprese e nuove alleanze, molta immaginazione ma anche molto spirito imprenditoriale e senso di realismo. Però, al di

là di tutto questo, è necessario mantenere e sottolineare un nostro segno distintivo, seguire ad esprimere una nostra idea di forma e di cultura... penso a una impronta digitale Olivetti, che ormai è anche un valore morale...». E in effetti, questa mostra che occupa metà del rinnovato primo piano della Triennale, coinvolge il visitatore nella presenza costante di una personalità aziendale che ha saputo non solo scegliere artisti e designers, architetti e ingegneri, ma che a sua volta ha anche dato loro un enorme spazio creativo, con un rapporto incredibilmente fecondo fra committente (un'azienda, non un

principio rinascimentale: ricordiamolo) e progettista. Come dice Renzo Zorzi, responsabile della «corporate image» della Olivetti, una grande azienda ha oggi tali responsabilità — nel bene e nel male — nel contribuire a cambiare la società e il territorio, «... che l'essere creativo, fare cultura, è quasi un imperativo, una seconda natura». In questa chiave è interessante trovare alla fine del percorso espositivo, dopo tante centinaia di immagini, di oggetti, di pannelli, di macchine che hanno spesso il nome di un'idea (come il primo computer italiano Elea, 1959, dal nome di una scuola filosofica della Magna Grecia, oppure Praxis, o Synthesis), una serie di ambienti pensati per il nostro lavoro di domani. E' l'area dell'ufficio elettronico, il campo più innovativo dell'attività umana contemporanea, il regno della telematica, del computer, dell'informazione immediata e senza confini.

Qui, fedele alla sua immagine di avanguardia, la Olivetti espone una novità assoluta: come dice Ettore Sottsass, autore di questo «progetto di ufficio del futuro» alla sofisticazione degli automatismi è necessario rispondere con la sofisticazione dell'arredo e dell'architettura. Ed ecco allora affiorare un tocco di colori e materiali post-moderni, di fantasia liberatoria, di lieve ironia. La triste sala d'attesa diventa una piccola piazza con colonnati, l'ufficio del boss rimane isolato da un percorso quasi labirintico ma ha toni caldi che permettono una piacevole privacy, la sala riunioni è collegata al mondo da telex, telefoni, terminali video, ma è confortevole come un salotto nel quale si possono passare lunghe ore.

Se è vero, come dice De Benedetti, che dal 1908 a oggi quasi tutti i punti di riferimento del nostro mondo di valori sono cambiati, questa capacità degli uomini Olivetti di esplorare le strade della cultura e della fantasia creativa «per darsi una forza di resistenza e di progresso», testimonia che l'utopia può essere una grande forza anche nel mondo di domani.