

L'innovazione culturale è un tratto caratteristico dell'Olivetti: nella visione di Adriano, la cultura è uno strumento di crescita personale e di emancipazione sociale. L'innovazione culturale si avvale di due strumenti principali: i corsi di formazione (professionale e manageriale) e le iniziative culturali.

1. La formazione dei lavoratori.

E' un tratto distintivo dell'impresa, fin da quando Camillo organizzava corsi serali per i collaboratori. L'attività formativa diventa strutturale con la costituzione del Centro Formazione Meccanici, che assicura una formazione tecnica e umanistica ai figli dei lavoratori, e di un Istituto Tecnico Industriale, a cui sono ammessi gli studenti più meritevoli del corso di addestramento.

L'Olivetti fonda a Torino, insieme alla Fiat, la prima scuola europea di management (l'Istituto di Perfezionamento in Scienze dell'Organizzazione Aziendale - IPSOA) e costituisce a Firenze la prima scuola europea dedicata alle vendite (il Centro Istruzione e Specializzazione Vendite - CISV).

I collaboratori Olivetti frequentano – quasi ogni anno – un corso di formazione o di aggiornamento della durata di varie settimane.

2. Le iniziative culturali.

La biblioteca nasce per scopi prevalentemente ricreativi, ma successivamente viene ampliata e assume anche una valenza di formazione culturale e tecnica dei lavoratori.

Il Centro Culturale Olivetti organizza conferenze, concerti di musica classica, mostre artistiche, manifestazioni (e.g., la presentazione di libri). Talvolta questi eventi si svolgono durante la pausa pranzo, per favorire la maggiore partecipazione possibile dei dipendenti.

Adriano promuove la pubblicazione di una rivista di storia dell'arte (seleArte), di tecnica e organizzazione aziendale (Tecnica ed Organizzazione), e di un notiziario mensile per i lavoratori (Notizie Olivetti). Inoltre, fonda prima le Nuove Edizioni Ivrea (NEI) e, successivamente, le Edizioni di Comunità che hanno il merito di alimentare il dibattito culturale e politico italiano e di promuovere alcune scienze sociali (come la sociologia industriale, l'economia industriale e dell'innovazione, la psicologia applicata all'industria) allora sconosciute nel nostro paese.

Adriano ritiene che funzionalità ed estetica siano caratteristiche inscindibili dei prodotti, dei fabbricati, della comunicazione e dell'identità aziendale. Il design e lo stile Olivetti permeano tutta l'impresa: la carta da lettere, le macchine utensili, gli uffici, le sedi, i negozi e gli showroom.

Lo "stile Olivetti" anticipa concetti come l'house style o la corporate identity ed enfatizza la modernità nella sfera produttiva e sociale. I principali output dello stile Olivetti sono la comunicazione, i prodotti e gli edifici del gruppo di Ivrea.

La comunicazione Olivetti sottolinea, a volte con toni enfatici, la modernità della macchina per scrivere che libera le persone dalle "ermetiche calligrafie" o dai "più assurdi ghirigori". La comunicazione combina aspetti persuasivi di natura commerciale e raffinati elementi estetici e culturali. È una comunicazione artistica e culturale che ribadisce i principi su cui si fonda l'impresa: la modernità, l'efficienza, la chiarezza, l'etica, l'eleganza e il benessere.

Lo stile e la cultura aziendale guidano anche la progettazione degli omaggi per i clienti, i fornitori e i partner. Un omaggio di particolare successo è il calendario.

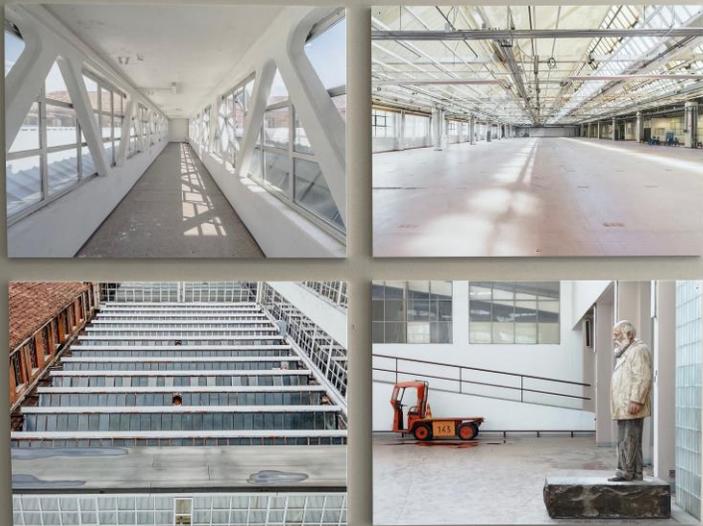
L'Olivetti dedica grande attenzione al design e all'estetica dei prodotti. L'impresa promuove – fin dalle prime fasi del lavoro – la stretta collaborazione tra progettisti industriali e designer. Vari prodotti diventano icone nel mondo del design: la Lettera 22 e l'ELEA 9003 vincono il Compasso d'oro. L'impatto della Olivetti sul mondo del design è così forte che nel 1952 il MOMA dedica la prima mostra di prodotti industriali all'impresa eporediese.

Adriano chiede agli architetti di progettare edifici funzionali ed ergonomici. Nella sua visione, lo sviluppo industriale è intrinsecamente collegato al miglioramento della qualità del processo produttivo e della vita dei lavoratori. La massima espressione della filosofia urbanistica ed ergonomica di Adriano è lo stabilimento di Pozzuoli, che è una fabbrica di vetro progettata per conciliare il rapporto fra l'uomo e le macchine. Lo stabilimento vince il Gran Prix d'Architecture 1954 per la bellezza e l'originalità dell'opera.

Nel 2018, il World Heritage Committee dell'Unesco ha premiato l'opera urbanistica di Adriano Olivetti includendo l'integrazione tra fabbrica, città e territorio di Ivrea nella lista dei beni che costituiscono il patrimonio mondiale dell'Umanità.

L'innovazione estetica (3/4)

A sx primo stabilimento ed edifici
di Ivrea premiati dall'Unesco.
A dx negozio Olivetti a Venezia.



A sx edifici di Ivrea premiati
dall'Unesco.
A dx edifici di Ivrea premiati
dall'Unesco.



In Italia per iniziativa della famiglia Olivetti, di alcuni manager dell'impresa o di stretti collaboratori di Adriano sono nate alcune associazioni o fondazioni senza fine di lucro volte a preservare e a fare conoscere il modello imprenditoriale e i valori olivettiani.

La Fondazione Adriano Olivetti possiede una biblioteca e una emeroteca che contengono 10.000 volumi comprendenti le collezioni private di Adriano e Camillo e tutte le pubblicazioni della Fondazione e delle Edizioni di Comunità.

L'Associazione Archivio Storico Olivetti contiene milioni di documenti molto diversi tra loro: verbali, corrispondenza, pubblicazioni, progetti, disegni, manifesti, libri, audio e video.

L'Istituto superiore di studi economici Adriano Olivetti (ISTAO) progetta corsi di alta formazione per formare economisti industriali e per supportare lo sviluppo imprenditoriale marchigiano.

Altre iniziative collegate alla esperienza Olivetti sono il premio di imprenditore olivettiano e gli Olivetti days.

Gli imprenditori e manager che si ispirano all'esperienza degli Olivetti sono spesso olivettiani a loro insaputa, cioè si ispirano a quei valori in modo naturale e istintivo senza conoscere in dettaglio la storia dell'Olivetti.

Sono solitamente imprese che:

- hanno piccole e medie dimensioni, sono fortemente specializzate in un settore o in una nicchia e operano a livello internazionale.
- investono nella ricerca e sviluppo a breve termine e a medio-lungo termine.
- investono nella formazione tecnica e umanistica dei collaboratori, per svilupparne le competenze e la creatività.
- adottano una struttura orizzontale e delegano ampia autonomia decisionale ai collaboratori.
- attivano proficue collaborazioni di lungo periodo con numerosi partner con cui condividono competenze e risorse per generare innovazioni di prodotto e di processo e accrescere la competitività aziendale.
- ...

- ...
- sono fondate sulla convinzione che il lavoro nobiliti e dia dignità alle persone.
- considerano i collaboratori come membri di una famiglia allargata, alimentando in questo modo relazioni collaborative e il senso di appartenenza nei confronti dell'impresa.
- adottano valori etici e perseguono il bene comune.
- costruiscono prodotti ed edifici belli e confortevoli.
- sono aperte alla comunità e al territorio.

“Abbiamo portato in tutti i villaggi di campagna, in tutti i paesi della montagna, per la prima volta, ... le nostre armi segrete: i libri, i corsi culturali, le opere dell'ingegno e dell'arte. Noi crediamo profondamente alla virtù rivoluzionaria della cultura che dà all'uomo il suo vero potere e la sua vera espressione, ...” (Olivetti, 2013, 22).

“La nostra Società crede perciò nei valori spirituali, nei valori della scienza, crede nei valori dell'arte, crede nei valori della cultura, crede infine che gli ideali di giustizia non possano essere estraniati dalle contese ancora inelimate tra capitale e lavoro. Crede soprattutto nell'uomo, nella sua fiamma divina, nella possibilità di elevazione e di riscatto” (Olivetti, 2014, 101).

“L'equilibrio degli interessi presenti nell'impresa non è garantito dalla proprietà privata: l'impresa deve essere associata ad una vera comunità, divenendo così un centro di cooperazione e partecipazione di tutti coloro che vi sono interessati in un modo o nell'altro, e che hanno in definitiva lo stesso fine: la libera e armoniosa crescita della fabbrica e della comunità, in modo tale che il lavoro di ogni giorno serva consapevolmente ad un nobile interesse umano.” Adriano Olivetti (Nesi, 2017, 31).