

# LEZIONI OLIVETTIANE



Con il patrocinio di  
INU - INU Emilia Romagna



**20 Maggio 2016 , Sala Atelier, Urban Center,**

**Biblioteca di Sala Borsa, Bologna**

**Lezione Olivettiana**

***Olivetti Comunicazione, Stile, Design, Architettura***

**Testo di Galileo Dallolio**

Parlerò della **comunicazione organizzativa** che la Olivetti ha saputo realizzare nei confronti del mercato e al proprio interno. Prima di sviluppare l'argomento chiedo la vostra attenzione per illustrarvi le iniziative realizzate dal gruppo *olivettiana.it* dal 2001. Per conoscerne l'origine e la struttura consiglio di consultare il sito **<http://olivettiana.it/>**

*Elenco delle iniziative*

2001 '**Formazione e cultura come valori strategici per l'impresa**' Convegno in Aula dei Poeti, Scienze Politiche Università di Bologna, L.Olivetti, P.S.Caltabiano, G.Dallolio, G. Gemelli, E. Renzi, M. La Rosa, C. Ricciardelli, G. Maggio (A cura dell'Associazione Italiana Formatori ,AIF)

Il Convegno ha generato il libro **Storia e storie delle risorse umane in Olivetti** a cura di Michele La Rosa, Paolo A.Rebaudengo e Chiara Ricciardelli;

2001 '**Oltre la tecnica. Le idee di Adriano Olivetti**', Convegno presso il Municipio di Bologna . Hanno partecipato G.Fabj (organizzatore), L.Olivetti, V.N. Zamagni, V.Prodi, G.Guazzaloca, R.Volta, R.Zorzi, R.Cresti, M.La Rosa, B.Lamborghini, G.Lunati, C. Ricciardelli, G.De Vergottini, C. Martinelli, C. Monaco, A. Proiettis, F.Roversi Monaco;

2009, '**Attualità del pensiero di Adriano Olivetti: comunità, economia e urbanistica**' Convegno presso il Palazzo della Provincia di Bologna , G.Venturi, G. Campos Venuti, E. Renzi, E. Piol, M. Piccinini, P. Rebaudengo (organizzatore)  
F. Sutti;

2012 Incontro su "**In me non c'è che futuro**" (del regista Michele Fasano)

**Responsabilità sociale d'impresa (RSI) e Fondazioni di comunità** ", presso il Dipartimento Benessere di Comunità del Comune di Bologna;

## LEZIONI OLIVETTIANE



Con il patrocinio di  
INU - INU Emilia Romagna



2014 **Dal pensiero di A.Olivetti alla gestione del personale nelle organizzazioni**, Incontro alla Biblioteca Ariostea Ferrara M. Fasano, G. Dallolio, G. Mandrioli, R. Modestino, B.Neri, M. Bonfiglioli (a cura dell'Associazione Italiana Formatori , AIF); Collegamenti con la '**Città dell'uomo**' di Imola e con le sue molteplici attività, citate in **Quattro anni con Olivetti. Riflessioni e interviste da una 'Città dell'Uomo'**(2004-2007) a cura di Antonio Castronuovo e Mauro Casadio Farolfi; Presentazione di **Uomini e lavoro alla Olivetti** (a cura di Francesco Novara, Renato Rozzi e Roberta Garruccio, postfazione di Giulio Sapelli) alla Biblioteca Minguzzi di Bologna e altre presentazioni in biblioteche e librerie.

Diversi partecipanti del *gruppo olivettiana.it* a Milano, Roma, Perugia, Firenze hanno partecipato o realizzato tavole rotonde e convegni su temi olivettiani, scritto articoli , saggi **L'avventura Olivetti** e **Camillo Olivetti** per l'Enciclopedia Treccani di Emilio Renzi , libri **Comunità concreta le opere e il pensiero politico di Adriano Olivetti** di Emilio Renzi , realizzato film su Adriano Olivetti: **In me non c'è che futuro. Ritratto di Adriano Olivetti** di Michele Fasano e **Una trama ideale d'impresa. La visione di Adriano Olivetti fra Comunità e Cooperazione** a cura di Città dell'uomo, ideato da Mauro Casadio Farolfi , regia di Mauro Bartoli.

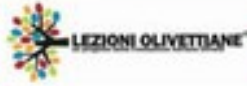
Infine un breve cenno a due mostre olivettiane svolte a Bologna , dove la Filiale Olivetti era presente dagli anni venti, **Maschere del Messico**, progetto di Hans von Klier nel 1982 al Museo Archeologico e **Giorgio Morandi Milton Glaser** presso la Galleria d'arte moderna ( Milton Glaser, grafico di fama internazionale fu allievo a Bologna nel 1951 del pittore Giorgio Morandi)

### **Originalità del linguaggio tecnico-commerciale Olivetti nel dialogo con i clienti**

La forma e il contenuto del linguaggio del personale tecnico e commerciale usato per parlare ai clienti a partire dalla seconda metà degli anni cinquanta ha avuto tratti di originalità che possono essere ancora oggi studiati con profitto da chi gestisce reti commerciali .

In quegli anni, per una scelta coraggiosa e in controtendenza , dato il momento critico

## LEZIONI OLIVETTIANE



Con il patrocinio di  
INU - INU Emilia Romagna



che stava attraversando l'azienda e che poteva giustificare una riduzione di personale, le filiali, cioè le sedi in Italia della Olivetti, crescono a 30 unità, vengono assunti centinaia di venditori e i Concessionari Olivetti sono 235.

Aggiungo un fatto importante. I direttori di filiale, il management della Direzione commerciale di Milano (sorta nel 1955), i concessionari, per lo più ex dipendenti hanno in gran parte incontrato e ascoltato Adriano Olivetti.

Sono convinto che se avessimo la traccia del discorso rivolto ai 350 venditori al **primo convegno nazionale Olivetti di tutte le forze di vendita che si svolse a Bologna nel 1953** avremmo molte informazioni su quello che sarebbe poi stato il sistema delle filiali (che arrivarono a 100), delle Concessioni in Italia (oltre 1000).

Ugo Galassi fu l'ideatore del programma commerciale. Nel 1955 nacque la Scuola a Firenze, il CISV ('Centro istruzione specializzazione vendite') e la selezione dei venditori venne fatta attraverso la Direzione del Personale e non più dal Direttore della Filiale.

Questo programma del quale in seguito parlerò fu considerato un'autentica innovazione, considerata analoga per risultati alla industrializzazione della Divisumma e della Tetractys, calcolatrici a 4 operazioni con totalizzatore. Lanciate nel 1956, ebbero un eccezionale successo di vendita proprio in virtù della formazione e del metodo di lavoro commerciale.

Le persone assunte e formate in quegli anni furono 5000. La scelta del luogo va iscritta nell'idea tutta olivettiana di 'bellezza, cultura, lavoro'. Diplomi e tecnici cioè laureati selezionati in tre tipologie di studi: umanistici, tecnici e giuridici erano nella stessa aula. I tecnici di assistenza e di manutenzione assunti per le Filiali e dai Concessionari erano formati a Ivrea e in seguito nella Scuola di Piacenza, Stac (Servizio tecnico assistenza clienti).

Nel **1955 sono stimati in 10.000 i clienti potenziali che ogni giorno** sono visitati dal personale tecnico e commerciale delle filiali e dei Concessionari Olivetti. È una stima prudenziale alla quale vanno aggiunti i clienti che entrano nei negozi e nelle Concessioni Olivetti. Un numero che crescerà anno dopo anno. I clienti sono coloro che per lavoro debbono scrivere, fare calcoli e gestire documenti quindi studi professionali, banche,

## LEZIONI OLIVETTIANE



pubbliche amministrazioni, industrie, servizi pubblici, poste, ferrovie ,università, scuole, ospedali..e sul mercato i prodotti non mancano. Sono di imprese italiane, francesi, tedesche, inglesi, americane , svedesi ecc.

Il problema che si pose l’Azienda fu il seguente fare in modo che questi clienti percepissero dai tecnici e dai venditori comportamenti , parole e metodo di lavoro coerenti con l’immagine e la sostanza della Olivetti : le fabbriche, i servizi sociali, l’editoria, la cultura, le architetture, il design, la pubblicità , l’internazionalizzazione e l’innovazione, l’affidabilità e la ricchezza del catalogo.

4- Nella scuola di Firenze (della quale ho conoscenza diretta, avendo partecipato nel 1960 al primo di una lunga serie di corsi ) si parlava quasi esclusivamente 1-del lavoro di calcolo e di scrittura che veniva svolto negli uffici dei clienti 2- del funzionamento delle macchine Olivetti, dei costruttori e dei designer 3- dei vantaggi economici e organizzativi derivanti dal confronto con le macchine dei concorrenti 4 - del modo di illustrare e argomentare tali concetti . Ogni settimana c’erano prove selettive.

In **Olivetti 1908-1958** , libro che descrive i primi 50 anni si legge ’ *il principio ed il convincimento che chi vende una macchina Olivetti è partecipe degli intenti di chi l’ha prodotta’ in altre parole si portava sul mercato la cultura Olivetti.*

# LEZIONI OLIVETTIANE



Con il patrocinio di  
INU - INU Emilia Romagna



## **I fondamenti dell'innovazione commerciale Olivetti nella metà degli anni cinquanta: formazione, prodotti, territorio, metodo**

### **Formazione**

Le filiali commerciali in Italia nel 1933, 25 anni dopo la fondazione della Olivetti (1908) erano 13, i concessionari 79 e i dipendenti 870. Nel 1920 comincia la 'prima internazionalizzazione della Olivetti' con l'apertura di Filiali a Bruxelles, Parigi e Londra, mentre la seconda inizia nel 1948 con diverse iniziative: in Gran Bretagna, in Francia (società Olivetti Bull), in Spagna, in Austria, in Africa e in Messico e negli Stati Uniti. Negli Stati Uniti che avvengono eventi (avvio di studi e di applicazioni dell'elettronica nel 1952 e acquisto della Underwood, la più grande azienda al mondo di macchine per ufficio) che avranno grandi conseguenze nel futuro della Olivetti. Ma per restare nello schema sintetico qui proposto è proprio nella vicenda americana che appare il protagonista dell'innovazione commerciale olivettiana: Ugo Galassi. *'La struttura dell'organizzazione commerciale venne programmata da Adriano in fasi successive partendo dal presupposto che, per aprire un efficace ufficio vendita presso Olivetti Corporate America (OCA), occorresse avere persone preparate e adatte al compito..Adriano intendeva rivoluzionare il tradizionale sistema di distribuzione dei prodotti. L'idea era di accorciare la catena distributiva, eliminando gli intermediari e assumendo direttamente il controllo della distribuzione..In questo frangente si venne delineando la struttura manageriale che avrebbe coadiuvato Adriano nella nuova fase di espansione della Olivetti sui mercati esteri. Ne facevano parte Luigi Grandi, esperto in produzioni meccaniche e Ugo Galassi, che in occasione della costituzione dell'ufficio di New York avrebbe dovuto assumere l'incarico di direttore commerciale con responsabilità nella scelta e istruzione del personale (..).*

'Una ventina di filiali di filiali all'estero, era la sua previsione, tanto robuste da essere in grado di portare alla casa madre un guadagno calcolato al 10% della cifra di affari. Si

## LEZIONI OLIVETTIANE



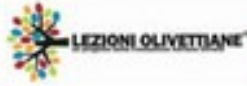
Con il patrocinio di  
INU - INU Emilia Romagna



trattava di quello che solitamente guadagnava il distributore in virtù di una capacità organizzativa' che, nella nuova struttura commerciale immaginata da Adriano, sarebbe stata inventata direttamente a Ivrea eliminando gli intermediari. *'Qualunque altra politica'*, secondo Adriano, avrebbe portato ineluttabilmente l'azienda verso *'la decadenza e l'asservimento alle multinazionali statunitensi'*. Da tempo Adriano aveva maturato l'idea che, per aprire una filiale, si dovesse disporre di un gruppo di persone ben preparate e motivate, superando il precedente modello organizzativo che affidava il difficile compito a un unico dirigente inviato da Ivrea in loco. Perciò aveva deciso di promuovere *'una grossa leva di gente nuova'*. *'Alla peggio-scriveva a Dino- faremo una scuola per dirigenti commerciali a reclutamento internazionale'*.(p.147 , A.Castagnoli op.cit). Il contenuto di questa lettera al fratello Dino Olivetti , del 16 dicembre 1952, offre spunti per capire quanto , proprio nel 1952, stava capitando in Italia.

*“ Nel 1952 la società Olivetti affrontò dopo la ricostruzione postbellica una crisi di sviluppo. Il dilemma classico era fra una strategia di sviluppo e di forti investimenti, oppure di consolidamento e rafforzamento dell'assetto aziendale raggiunto. L'ingegner Adriano Olivetti optò per la prima ipotesi e incaricò il Direttore Generale dr. Ugo Galassi di predisporre un piano di sviluppo basato sulla progettazione di nuovi prodotti e sul potenziamento dell'organizzazione di vendita sia in Italia , sia nelle principali consociate estere. In particolare , il programma operativo prevedeva un forte aumento del personale di vendita con l'assunzione ogni anno di centinaia di giovani venditori (solo nel primo anno ne furono assunti 700) e del numero di filiali nelle principali città. Fino ad allora era stata , infatti, prevalente la rete di vendita indiretta che si avvaleva di concessionari. In quel momento si pose il problema, assolutamente nuovo non solo per l'Olivetti, della preparazione dei neo assunti, giovani con una scolarità disomogenea e senza esperienza professionale nel settore specifico di lavoro, cioè nella vendita di prodotti per ufficio.(...) La prima sede della nuova scuola fu stabilita presso Villa Natalia in Via Bolognese che, data la sua precedente destinazione alberghiera appariva idonea ad ospitare sia gli allievi provenienti da tutta Italia sia il personale docente.*

## LEZIONI OLIVETTIANE



Con il patrocinio di  
INU - INU Emilia Romagna



*Nacque cos' il Centro Istruzione e Specializzazione per la vendita, il cui acronimo (Cisv) per molti anni segnò la vita professionale di tutto il personale dell'Organizzazione commerciale Olivetti. Il primo corso ebbe inizio il 1° febbraio 1954 presso l'aula magna della Facoltà di architettura. Direttore della scuola fu nominato l'Avv. Guido Alessandri alle dirette dipendenze del Direttore Generale Galassi, a testimonianza della particolare importanza strategica che l'Olivetti intendeva dare alla formazione del proprio personale commerciale. Per Dieci anni la scuola contribuì, in maniera incisiva, al successo aziendale. Il suo modello fu esportato nelle principali consociate Olivetti; un'intera generazione di giovani (10.000 si stima furono coloro che per varie ragioni frequentarono i corsi) fu in quegli anni formata ad uno stile di comportamento che divenne inconfondibile e rappresentò un marchio di garanzia per i clienti della società*

### **Prodotti**

*“Un contributo fondamentale alla storia di Olivetti l'ha fornito un geniale progettista, Natale Capellaro, entrato in Olivetti come operaio nel 1916, che ha concepito via via le macchine che hanno fatto la fortuna di Olivetti, almeno fino alla fine degli anni 60, che diviene il Direttore del Centro Studi ed Esperienze.*

*Prodotti di nuova concezione come la calcolatrice Elettrosumma (1945), Divisumma (1948), la Lexikon 80 (1948), la Lettera 22 (1950).*

*Ciò ha permesso anche grazie ai sofisticati attrezzaggi delle fabbriche, di avere prodotti molto competitivi rispetto ai prezzi di mercato.*

*Ad esempio il costo della Divisumma era il 10% del prezzo di vendita, inoltre la vita dei prodotti sul mercato era molto lunga, anche di oltre 10 anni, per mancanza di competizione.*

*Olivetti all'epoca (anni 50) si presentava forse come l'unico gruppo italiano leader mondiale nel suo segmento di mercato (macchine per ufficio)*

*1950 Lettera 22, macchina da scrivere portatile. Oggi un esemplare è al MOMA di New York. Elettrosumma, Multisumma, Divisumma, supercalcolatrice Tetractys, Divisumma*

## LEZIONI OLIVETTIANE



Con il patrocinio di  
INU - INU Emilia Romagna



*24, contabile Audi 302, Macchina da scrivere Graphika, Elettrosomma 22. Entra in attività a Ivrea il nuovo stabilimento Nuova ICO progettato da Figini-Pollini. 1960 Mercator 5000, prima fatturatrice con il moltiplicatore elettronico (UME) progettato dalla Divisione Elettronica*

*Programma 101, primo computer da tavolo programmabile, Praxis, macchina da scrivere elettrica, Multisomma 24, Edita, macchina da scrivere a spaziatura differenziale, Macchina da calcolo Logos 27”*

Questa informazione è di Simone Fubini, Direttore generale della Olivetti, proposta nella conferenza svoltasi all’Università di Bologna, Dipartimento di Ingegneria, il 19.11.2103, permette di avere una mappa dei prodotti venduti dall’organizzazione commerciale della Olivetti Italia.

La compresenza del Programma 101 e della macchina da calcolo meccanica Logos 27 sarà commentata in seguito con le parole di Roberto Olivetti (*‘la calcolatrice meccanica è il tabù della nostra società..’*) La prima era il nome del primo personal computer al mondo, la seconda era l’ultima versione di una calcolatrice superveloce meccanica.

### **Territorio**

*‘Ecco quello che aveva capito Galassi: bisogna partire dal territorio, avere la mappatura completa del territorio, schedare i clienti. Costruire, conservare e aggiornare un database, non solo nella pancia di un personal computer ma in questi classificatori orizzontali visibili. In ogni filiale c’erano delle persone che avevano il compito di raccogliere le cartoline che facevano parte dello schedario di ogni venditore e di aggiornare lo schedario centrale. C’era una cosa che Galassi aveva capito con grande anticipo rispetto a tutti gli altri: anche se si andavano a vendere delle macchine (più volgarmente si potrebbe dire dei ‘pezzi di ferro’), lui voleva che al cliente si vendesse un servizio. Che a fare premio sarebbe stata la capacità di trovare soluzione ai problemi del cliente, lui l’aveva capito con quarant’anni di anticipo sulla new economy’.*



## LEZIONI OLIVETTIANE



Con il patrocinio di  
INU - INU Emilia Romagna



Dalle Filiali , ogni giorno, i venditori imparavano a conquistare un incontro con i clienti, con un progetto di una media di otto visite al giorno. I tecnici erano stati formati in scuole che li metteva in condizione di fare manutenzione e assistenza tecnica in un modo che dava garanzie di grande affidabilità del prodotto Olivetti. Le Officine che affiancavano le Filiali, assomigliavano a laboratori di alto artigianato . I venditori concordavano la giornata di lavoro con il capogruppo (una figura di quadro intermedio che ebbe un ruolo importantissimo per la gestione della crescita del personale) e al rientro veniva fatto il consuntivo. Si consideri che esistevano diverse tipologie di venditori: 1-dai neoassunti ( chiamati *zonisti* in quanto gestivano una zona della città) e che trattavano una clientela fatta di studi professionali, artigiani, commercianti e piccole imprese , 2- venditori specializzati per tipologia di prodotto (ad esempio macchine riprografiche , macchine contabili, mobili e arredamento) 3- venditori per fascia di clientela (Pubblica amministrazione, Università, Grandi Aziende, Banche, Assicurazioni ecc.) .

Nel lavoro dello *zonista* era previsto anche lo ‘scandaglio’ in altre parole la ‘vendita porta a porta ‘. In questo modo si imparava che non sempre , in quel tempo, i clienti mettevano targhe e insegne della propria attività e questo era un modo per scoprire che nel commercio esisteva l’imponderabile . Non c’è venditore che non abbia ricordi di scoperte e di vendite per avere imparato a presentarsi, a giustificare la propria presenza e a instaurare una sorta di accreditamento con persone che avevano nel numero civico solo l’indicazione di un titolo di studio (ragioniere, geometra, dottore ecc.). La pratica dell’incontro casuale , obbligando a gestire momenti imprevedibili, finiva col risolvere problemi di timidezza e di eccessiva prudenza. Nel codice non scritto del commercio ci sono momenti di audacia senza i quali certe offerte e certi affari non si fanno. Questi aspetti del lavoro avevano un risvolto nel turnover piuttosto alto dei neo-assunti. Ma chi superava, oltre al periodo di prova, i primi anni di lavoro aveva diverse possibilità di carriera. E’ utile sottolineare che la quasi totalità del management della Direzione Commerciale Italia proveniva dal lavoro svolto nella vendita.

## LEZIONI OLIVETTIANE



Con il patrocinio di  
INU - INU Emilia Romagna



Ma il territorio negli anni cinquanta-sessanta era un luogo dove erano ancora ben conservate la diversità e la tipicità delle varie storie : civiche, culturali e imprenditoriali. E le Filiali , con i tecnici e gli impiegati e circa la metà dei venditori e dei quadri originari nel territorio , erano luoghi dove la modernità combinata con la tradizione si notava e si viveva. L'immagine della Olivetti delle fabbriche , dei servizi sociali, dei centri culturali , trovava un certo riscontro anche nelle città sedi delle Filiali Olivetti . Dove, oltre al lavoro tecnico e commerciale, si svolgevano iniziative che coinvolgevano sia il territorio (incontri con Scuole , Università e Istituzioni) che i dipendenti : i figli dei dipendenti (che andavano nelle colonie Olivetti) , gli 'studenti universitari lavoratori' con i permessi di studio , le necessità sanitarie con il sostegno del Fondo Sociale di Fabbrica , i prestiti per l'acquisto della prima casa ecc.

### Metodo

Il lavoro di vendita consisteva nella conoscenza precisa delle esigenze potenziali della clientela e delle prestazioni dei prodotti e nella volontà di parlarne con i clienti. Conoscendo in dettaglio i vari tipi di lavoro che venivano svolti negli uffici -tecnici, commerciali, amministrativi dei clienti- e appresi con sessioni di studio al CISV e nelle Filiali , conoscendo le macchine che il cliente stava usando e confrontando le prestazioni con i prodotti Olivetti (ad esempio la velocità e gli automatismi) il venditore in ogni 'visita periodica' (le visite prevedevano una periodicità che di solito era bimestrale) aveva la possibilità di mettere progressivamente le basi per strategie di vendita o di investimenti in forma di piani di manutenzione e permuta.

Si consideri che con certi clienti permutavano parchi di molte centinaia di macchine con nuove attrezzature e per investimenti di questo genere è necessario disporre di competenza finanziaria.

Va inoltre segnalato che ogni venditore era tenuto a ricavare dalle visite periodiche effettuate nella giornata , occasioni per approfondimenti da pianificare entro alcune settimane . Sarebbero stati i clienti in Riserva, da incontrare con visite più mirate per

## LEZIONI OLIVETTIANE



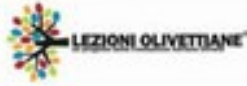
portarli in Avanzamento. La visita ad un cliente in Avanzamento comportava di solito la consegna della macchina in prova e , entro due settimane , il venditore era impegnato in visite di Conclusione . Questo modo di procedere non prevedeva la conoscenza della ‘ psicologia della vendita’ (termine poco usato in Olivetti) . Servivano le competenze argomentative fondate sulla conoscenza del lavoro d’ufficio e sulle prestazioni dei prodotti , la capacità di anticipare obiezioni ,il senso della gestione del tempo (trattative non troppo lunghe) , l’inventiva nel risolvere problemi inattesi, e del lavoro di squadra (in certe trattative chiedere la collaborazione di colleghi con altre esperienze).

Questa sintesi in futuro andrà completata con la funzione svolta dalle Concessioni Olivetti , cioè dalla rete costituita per lo più da ex dipendenti che diventavano imprenditori e che col tempo coprì l’intero territorio nazionale. Lo sviluppo e la gestione di questa rete era seguita dalla Direzione Vendite Indirette attraverso specialisti nella formazione e nello sviluppo organizzativo. La complementarietà fra rete diretta e indiretta e la condivisione della stessa cultura commerciale, permise all’organizzazione vendite di reggere alle modifiche apportate da nuovi orientamenti manageriali , alle modifiche del catalogo e a nuovi modi di lavorare intervenuti nel lavoro d’ufficio.

Concludo questa descrizione sulla ‘comunicazione organizzativa’ verso il mercato con le parole di **Laura Olivetti** a commento di un libro scritto da un venditore che cominciò da zionista, o venditore 01, e divenne un dirigente commerciale sui mercati internazionali.

*“Da questo libro appare evidente come il lavoro di tutti e la passione siano state l’ossatura portante della Olivetti. L’espressione ‘passione’ viene assolutamente spontanea , perché non solo la storia narrata dall’Autore è piena di passione, ma anche perché personalmente ho sempre pensato che la Olivetti sia vissuta così come è ricordata, fino a quando a governarla è stata la Passione; nel momento in cui ai vertici la Passione si è trasformata in qualche altra cosa, quella Olivetti è lentamente morta, come una pianta che appassisce perché non ha più acqua. L’acqua è stata disordinatamente usata altrove.*

## LEZIONI OLIVETTIANE



Con il patrocinio di  
INU - INU Emilia Romagna



*Quando Silmo descrive le esperienze lavorative ed umane vissute intorno al mondo, dalla Russia al Sud Africa, all'Arabia l'interesse cresce perché si tocca con mano come la Olivetti fosse diffusa e come questo patrimonio di idee e prodotti fosse condiviso da tante persone diverse tra loro per cultura, storia, tradizione.*

*Adesso credo che con l'uso della rete sia tutto cambiato, più veloce, comunque diverso. Ricordo però molto bene come qualche volta, mi sia capitato di trovarmi in qualche luogo magari in condizioni di viaggio 'disagevoli' ed improvvisamente essermi sentita rassicurata da una scritta 'Olivetti' e da chi dietro di essa c'era.*

*Credo che questa sia la nostalgia di molti verso qualche cosa di perduto per sempre: il senso di sicurezza nell'accezione più ampia di questo termine, che la Olivetti dava e che probabilmente veniva dal riconoscimento dell'esistenza e del valore del singolo individuo. Proprio per il valore attribuito all'individuo che con le sue competenze 'creava' il prodotto, se oggi quel prodotto ed il mondo che vi ruotava intorno non esiste più, esistono, in alcuni casi, lo spirito e le idee che a quell'impresa sottendevano. (...)*

*Laura Olivetti, dalla prefazione a **M.P.S macchine per scrivere Olivetti e non solo.**  
**Memorie di un venditore di macchine per scrivere** di Giuseppe Silmo*

# LEZIONI OLIVETTIANE



Con il patrocinio di  
INU - INU Emilia Romagna



## La comunicazione interna

Poi va ricordata una importantissima tipologia di ‘comunicazione organizzativa interna’ che riguarda la carriera e sviluppo delle persone. Il tempo a disposizione non permette una più ampia trattazione ma solo una sintesi.

A partire dalla metà degli sessanta , presso la Direzione del Personale , si aggiunge al ‘selezionatore del personale’ la nuova figura del ‘gestore del personale’. Si accedeva a questo ruolo dopo aver svolto il lavoro nella selezione. Ogni sei mesi il gestore svolgeva il ruolo di una figura indipendente , visitando le filiali , parlando con il personale per individuare potenzialità , attitudini, aspettative e provvedere alle esigenze dell’organico aziendale (in costante evoluzione e sviluppo) . Fatto veramente insolito nel panorama aziendale non solo dell’epoca ma forse anche oggi. La Direzione del personale, autentico retaggio di un modo storico di lavorare in Olivetti, era inserita nella linea gerarchica, quindi chi lavorava al personale dipendeva da un direttore generale e dai direttori di linea ma **conservava una indipendenza, riconosciuta e rispettata**. Faccio un esempio. Durante una selezione in una Filiale, ricevetti la segnalazione da un noto esponente politico per un candidato che era nell’elenco degli invitati al colloquio. La cosa creò ansie nella Filiale , a cominciare dalla segretaria che mi passò la telefonata e quindi dal direttore . Risposi in un modo che era stato discusso in corsi interni (fra i docenti Francesco Novara) e che consisteva nello spiegare i nostri criteri di selezione al segnalante e di comunicare la risposta, positiva o negativa, al candidato.

Una forma di indipendenza benefica per l’Azienda e per l’autostima di giovani addetti al personale che poi nel giro di qualche anno avrebbe potuto avere responsabilità più ampie.

Galileo Dallolio

# LEZIONI OLIVETTIANE



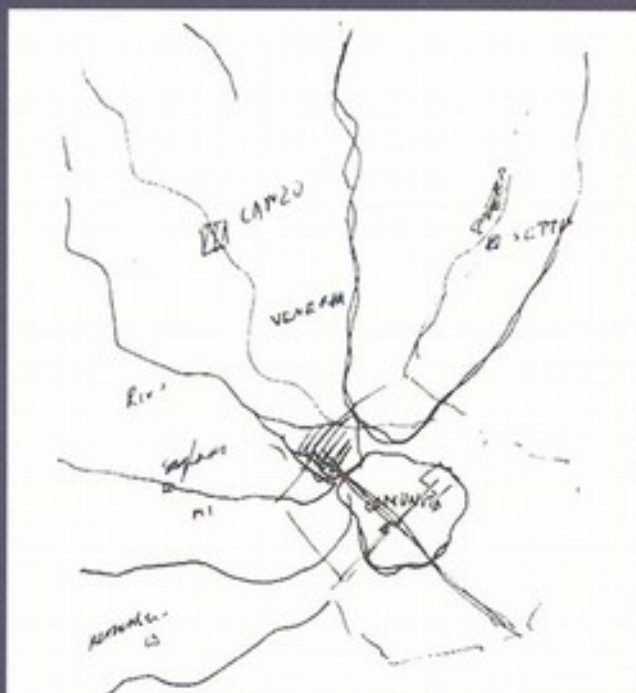
**olivettiana**  
www.olivettiana.it



Con il patrocinio di  
INU - INU Emilia Romagna



## LIBRI CITATI



**Adriano Olivetti: il lascito**  
Urbanistica, Architettura, Design e Industria  
A cura di Mario Piccinini

INU Edizioni

## LEZIONI OLIVETTIANE



**olivettiana**  
www.olivettiana.it



Con il patrocinio di  
INU - INU Emilia Romagna



Emilio Renzi

# Comunità concreta

le opere e il pensiero  
di Adriano Olivetti

Guida prima pagina

## LEZIONI OLIVETTIANE



**olivettiana**  
www.olivettiana.it



Con il patrocinio di  
INU - INU Emilia Romagna



Collana di Studi e Ricerche  
dell'Associazione Archivio Storico Olivetti

Adriana Castagnoli

### Essere impresa nel mondo

L'espansione internazionale dell'Olivetti  
dalle origini agli anni Sessanta

il Mulino



# LEZIONI OLIVETTIANE



olivettiana  
www.olivettiana.it



Con il patrocinio di  
INU - INU Emilia Romagna



## Giorgio Morandi Milton Glaser

G




M

M



G

olivetti

ARNOLDO MONDADORI  ART

# LEZIONI OLIVETTIANE



**olivettiana**  
www.olivettiana.it



Con il patrocinio di  
INU - INU Emilia Romagna

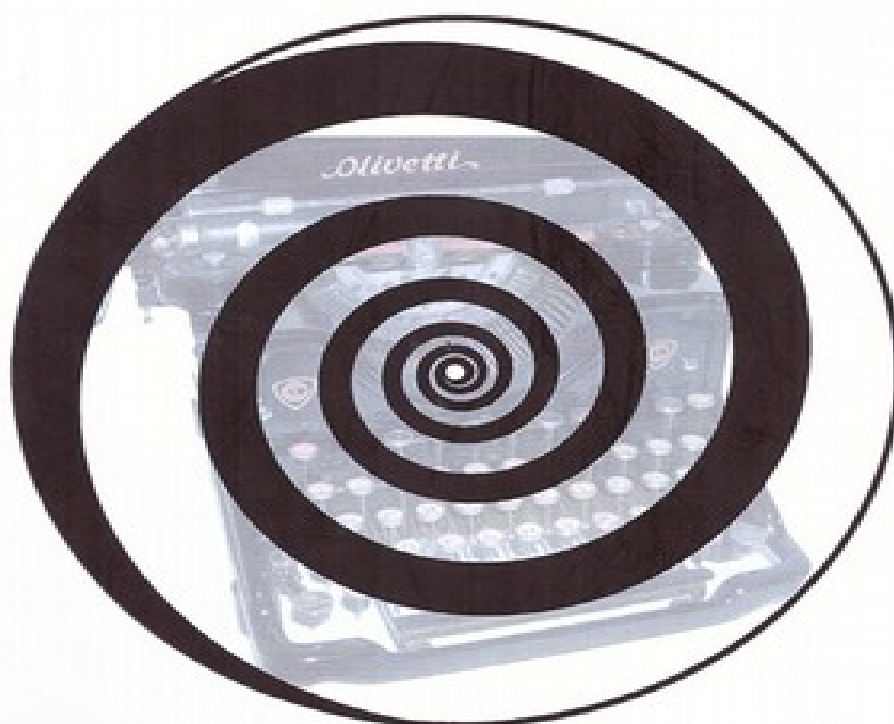


GIULIANA GEMELLI



## IL REGNO DI PROTEO

INGEGNERIA E SCIENZE UMANE  
NEL PERCORSO DI ADRIANO OLIVETTI



Bologna University Press

# LEZIONI OLIVETTIANE



**olivettiana**  
www.olivettiana.it



Con il patrocinio di  
INU - INU Emilia Romagna



# LEZIONI OLIVETTIANE



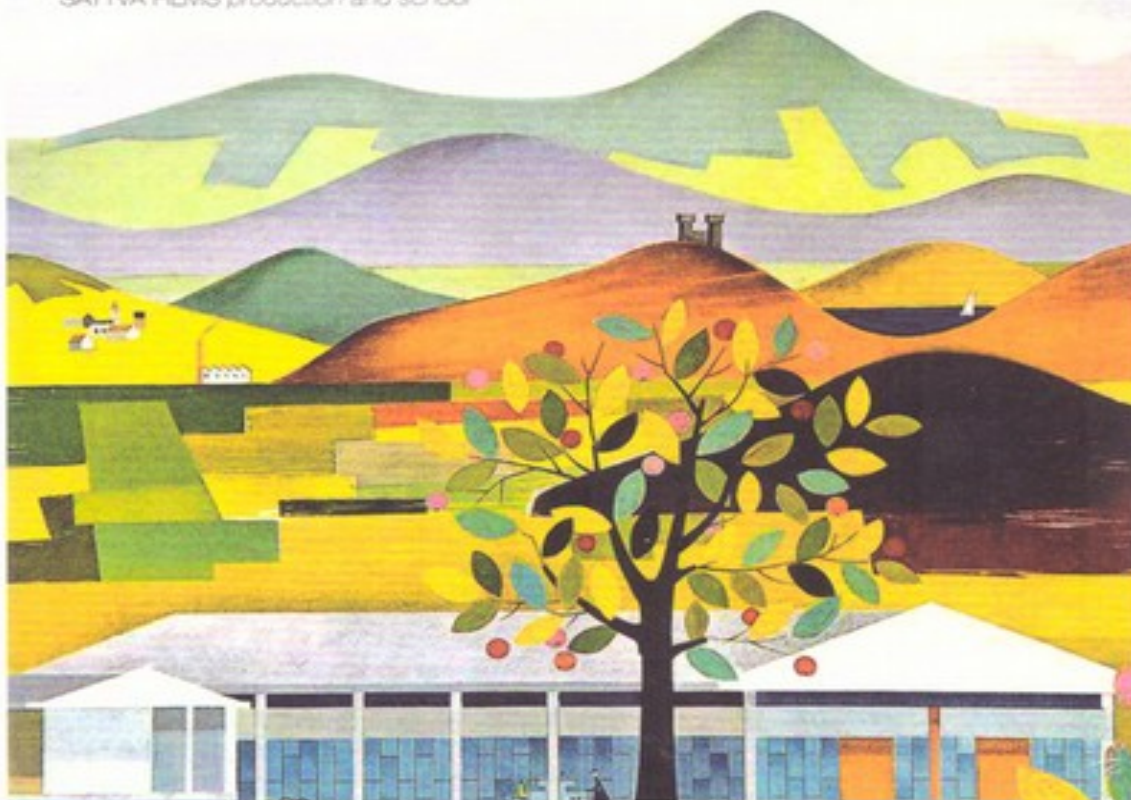
olivettiana  
www.olivettiana.it



Con il patrocinio di  
INU - INU Emilia Romagna



SATTVA FILMS production and school



«In me non c'è che futuro...»

un film di Michele Fasano

ritratto di Adriano Olivetti

« Nella millenaria civiltà della terra,  
il contadino guardando le stelle, poteva vedere Iddio,  
perché la terra, l'aria, l'acqua, esprimono in continuità uno slancio vitale...  
Per questo il mondo moderno, avendo rinchiuso l'uomo negli uffici, nelle fabbriche,  
vivendo nelle città tra l'asfalto delle strade e l'elevarsi delle gru e il rumore dei motori e  
il disordinato intrecciarsi dei veicoli, rassomiglia un poco ad una vasta, dinamica,  
assordante, ostile prigione dalla quale bisognerà, presto o tardi, evadere... »

Adriano Olivetti  
Città dell'Uomo

# LEZIONI OLIVETTIANE



**olivettiana**  
www.olivettiana.it



Con il patrocinio di  
INU - INU Emilia Romagna



Collezione di teatro  
diretta  
da Paolo Grassi e Gerardo Guerrieri



## Ottiero Ottieri **I venditori di Milano**

Giulio Einaudi editore

# LEZIONI OLIVETTIANE



olivettiana  
www.olivettiana.it



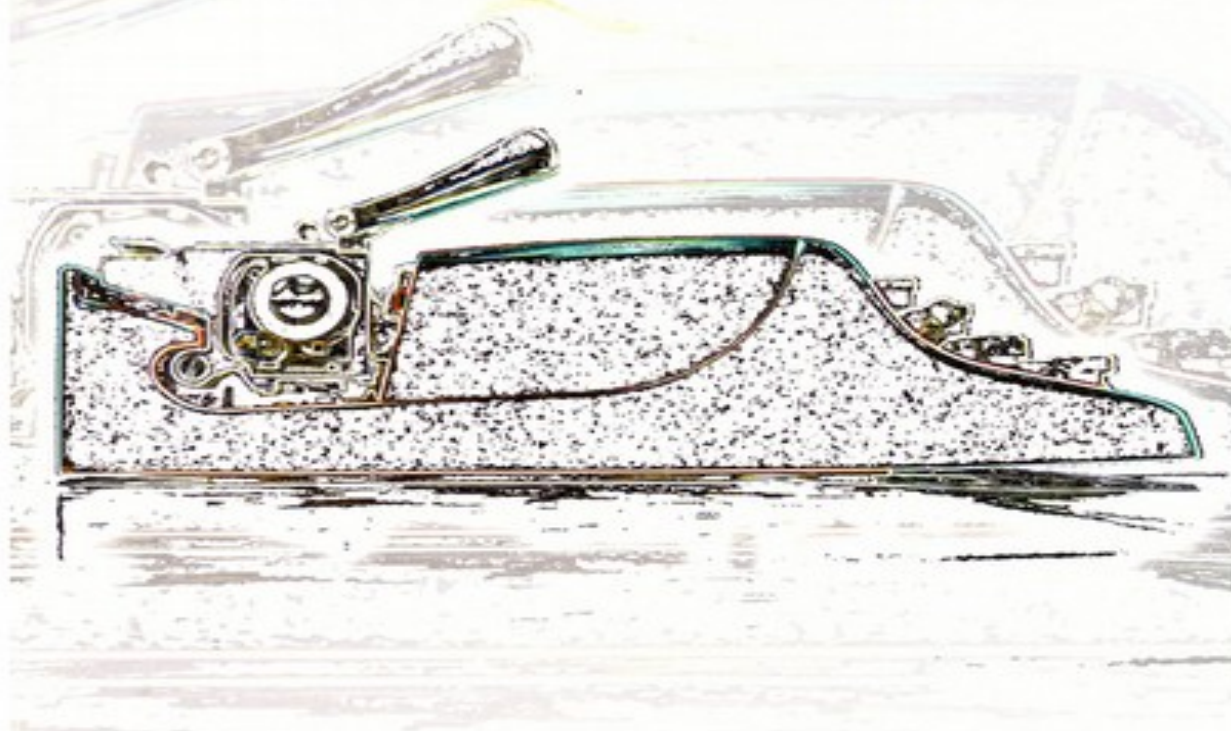
Con il patrocinio di  
INU - INU Emilia Romagna



Giuseppe Silmo

## M.P.S. MACCHINE PER SCRIVERE OLIVETTI E NON SOLO

*Memorie di un venditore di macchine per scrivere*



Tecnologic@mente Storie

# LEZIONI OLIVETTIANE



**olivettiana**  
www.olivettiana.it



Con il patrocinio di  
INU - INU Emilia Romagna



# LEZIONI OLIVETTIANE



**olivettiana**  
www.olivettiana.it



Con il patrocinio di  
INU - INU Emilia Romagna





# LEZIONI OLIVETTIANE



**olivettiana**  
www.olivettiana.it



Con il patrocinio di  
INU - INU Emilia Romagna



## Storia e storie delle risorse umane in Olivetti

a cura di Michele La Rosa,  
Paolo A. Rebaudengo e Chiara Ricciardelli

Sociologia del lavoro  
Teorie e ricerche

**FrancoAngeli**

# LEZIONI OLIVETTIANE



**olivettiana**  
www.olivettiana.it



Con il patrocinio di  
INU - INU Emilia Romagna



## Uomini e lavoro alla Olivetti

A cura di Francesco Novara  
Renato Rozzi e Roberta Garruccio

Postfazione di Giulio Sapelli

Bruno Mondadori

