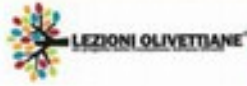


LEZIONI OLIVETTIANE



Con il patrocinio di
INU - INU Emilia Romagna



Lezioni Olivettiane

Seminario: OLIVETTI COMUNICAZIONE, STILE, DESIGN, ARCHITETTURA

Venerdì 20 Maggio 2016, Urban Center Bologna

PRESENTAZIONE

Mario Piccinini

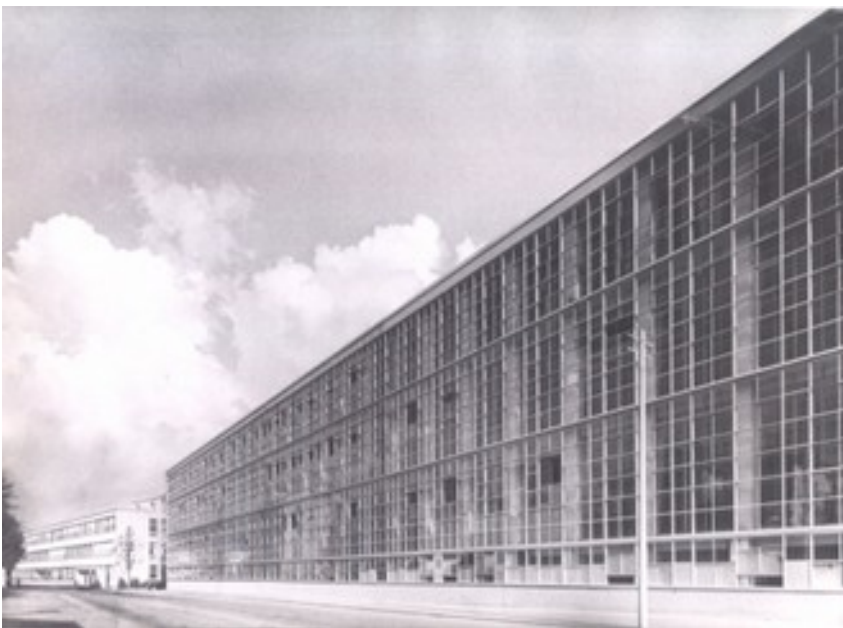
Lo scopo del seminario è di mettere in luce gli aspetti relativi alla “comunicazione” ed allo “stile Olivetti”.

La “comunicazione” generale di impresa, riguarda tutte le forme della “comunicazione organizzativa”, interne alla azienda quali i processi formativi, i rapporti con il personale e con le filiali; riguarda inoltre “la comunicazione esterna” che tratta invece della immagine coordinata della azienda, propria della grafica, della pubblicità, del design e dell’architettura.

Lo “stile Olivetti rientra a pieno titolo in quest’ultima categoria.

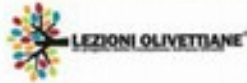
“Stile Olivetti”

Questa espressione veniva usata a metà degli anni '50 per definire l’immagine dell’azienda. Nel volume “Olivetti 1908-1958” edito nel 1958 per il cinquantenario della fondazione il letterato Franco Fortini, nella sezione del volume “Disegno industriale e pubblicità,” evidenziava l’uso ormai corrente della espressione “stile Olivetti”.



1. Nuova ICO, Ivrea 1935-1940 di L. Figini e G. Pollini.

LEZIONI OLIVETTIANE



Con il patrocinio di
INU - INU Emilia Romagna



Nel 1961 si tenne a Zurigo una mostra che aveva come titolo “*Stile Olivetti*”. Il catalogo fu progettato dal graphic designer svizzero Walter Ballmer. La copertina era basata su una enorme “O” rossa per Olivetti. Nel catalogo assieme alle macchine per scrivere, alle calcolatrici ed ai mobili per ufficio venivano mostrate la facciata dello Nuova ICO in via Jervis e l’ asilo progettati da Luigi Figini e Gino Pollini ad Ivrea nel 1940. Nello stesso catalogo venivano mostrati manifesti dei grafici Shawinsky, Pintori, Ballmer ed altri.

Il catalogo della mostra esprimeva una nuova grafica e rappresentava in modo esemplare lo “stile Olivetti”.



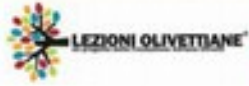
2. Asilo nido, Ivrea di L.Figini e G. Pollini.

Lo “stile Olivetti” era un linguaggio applicato a tutte le manifestazioni della impresa.

Nello stile si comprendeva l’estetica e la qualità dei prodotti industriali, la pubblicità, ma anche l’architettura che ha sempre giocato un ruolo fondamentale nella comunicazione dell’ immagine della impresa.

Fra gli stabilimenti industriali uno dei più famosi è la fabbrica di Pozzuoli progettata dall’architetto Luigi Cosenza e inaugurata nel 1955 con un celebre discorso di Adriano ai lavoratori. Lo stile razionale, le facciate trasparenti e il giardino mediterraneo, sistemato dal paesaggista Piero Porcinai, il piano del colore di Marcello Nizzoli, rendevano questa opera forse la più rappresentativa del neoumanesimo di Adriano Olivetti imprenditore.

LEZIONI OLIVETTIANE



Con il patrocinio di
INU - INU Emilia Romagna



3. Stabilimento Olivetti, Pozzuoli di L.Cosenza 1951-1954.

Nel discorso *“Ai lavoratori di Pozzuoli”* Adriano spiegava la concezione ed il valore, dell’opera come esempio per nuove realizzazioni.

“La fabbrica fu quindi concepita alla misura dell’uomo perché questi trovasse nel suo ordinato posto di lavoro uno strumento di riscatto e non un congegno di sofferenza. Per questo abbiamo voluto le finestre più basse e i cortili aperti e gli alberi nel giardino ad escludere definitivamente l’idea di una chiusura ostile. Cosicché, oggi questa fabbrica ha anche un altro valore esemplare per il futuro del nostro lavoro nel nord e ci spinge a nuove realizzazioni per creare nuovi ambienti che traggano da questa esperienza insegnamento per più felici soluzioni”

Le architetture, nel caso degli stabilimenti industriali come quello di Pozzuoli, rispondevano ad esigenze di razionalità, ed erano un luogo confortevole e bello nel quale lavorare e assieme alle case di abitazione, come quelle del quartiere Castellamonte a Ivrea, degli anni '40, o agli asili gratuiti, erano una risposta sul territorio alle esigenze dei lavoratori dell’azienda e delle loro famiglie.

LEZIONI OLIVETTIANE



olivettiana
www.olivettiana.it



Con il patrocinio di
INU - INU Emilia Romagna



4. Quartiere Castellamonte , Ivrea anni '40.

A partire dagli anni '30 scrittori, psicologi, sociologi, pubblicitari, designer ed architetti, selezionati da Adriano Olivetti, già dal 1932 diventato direttore della Società Olivetti, hanno contribuito alla formazione di questo linguaggio.

Questi apporti sono proseguiti e cresciuti, nel periodo della presidenza di Adriano dal 1938 fino alla sua morte nel 1960 e poi successivamente fino alla metà degli anni '80.

L'unità dello "stile Olivetti" poggiava su una cultura di impresa largamente condivisa dai collaboratori e dai quadri dell'azienda.

A questo stile contribuiva, oltre alla estetica ed alla qualità dei prodotti, veicolati da un linguaggio comune, anche il tema della responsabilità sociale, cioè delle finalità dell'impresa in rapporto al territorio ed alla sua comunità.

Questo aspetto è ben rappresentato dal celebre passaggio nel discorso ai lavoratori della nuova fabbrica di Pozzuoli.

“Può l'industria darsi dei fini? Si trovano questi semplicemente nell'indice dei profitti?”

Non vi è al di là del ritmo apparente qualcosa di più affascinante, una destinazione, una vocazione anche nella vita di una fabbrica?” [...]

“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 forma divina, nella sua possibilità di elevazione e riscatto” [...]

LEZIONI OLIVETTIANE



A partire dal 1931, era stato costituito il primo Ufficio Pubblicità affidato a Renato Zveteremich (pubblicitario) che lo diresse fino al 1938. Questo avveniva per decisione di Adriano Olivetti che iniziava a prendere nelle proprie mani l'azienda paterna.

Dal 1938 al 1940 la direzione passò a Leonardo Sinigalli (poeta e matematico).

All'Ufficio Pubblicità, diventato Direzione Pubblicità e stampa, andarono Ignazio Weiss dal 1950 al 1957, poi Riccardo Musatti fino al 1965.

Nel 1965, dopo la morte di Riccardo Musatti, Renzo Zorzi (letterato) prese il suo posto. A Zorzi si chiese di dirigere oltre alla pubblicità anche il Design Industriale. Nel 1969 venne creata la Direzione Relazioni Culturali, Disegno Industriale e Pubblicità, poi nel 1980 rinominata come Direzione *Corporate Image* sempre sotto la direzione di Renzo Zorzi che resterà all'Olivetti fino al 1986.

Renzo Zorzi promosse lo stile e l'immagine aziendale; la comunicazione grafica, editoriale, il disegno dei prodotti, le architetture industriali, nonché le iniziative culturali che vennero accentrate per offrire all'esterno una immagine dell'Olivetti. più unitaria e coesa.

Fra i collaboratori della grafica pubblicitaria alcuni fra i nomi più noti erano: Leo Lionni, Xanti Shawinsky, Giovanni Pintori, Costantino Nivola, Marcello Nizzoli, Walter Ballmer.

Nel design industriale spiccano Marcello Nizzoli, Ettore Sotsass e Mario Bellini.



5. Lettera 22, design Marcello Nizzoli, 1950.

Una delle ragioni del successo commerciale dei prodotti industriali della Olivetti era determinato anche dalla comunicazione pubblicitaria del prodotto, che riusciva a rappresentare la bellezza, la tecnologia e la funzionalità delle macchine che venivano prodotte.

LEZIONI OLIVETTIANE



Con il patrocinio di
INU - INU Emilia Romagna

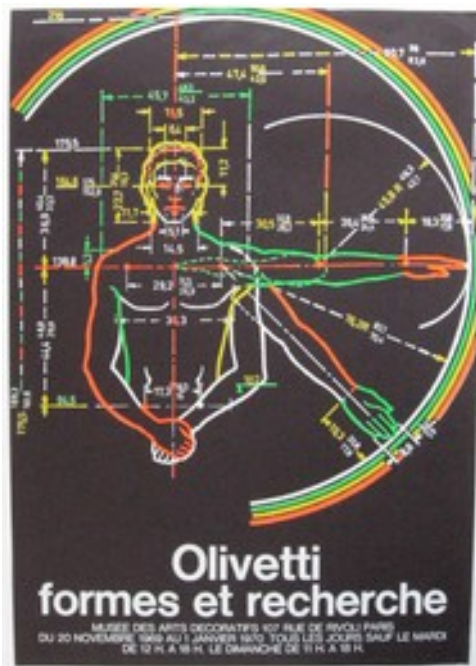


Una cura particolare era riservata ai testi di pubblicazioni, notiziari, annunci pubblicitari e manifesti con i quali l'azienda presentava i prodotti al pubblico. Poeti e scrittori come Leonardo Sinisgalli, Franco Fortini, Giovanni Giudici, che lavoravano alla pubblicità, furono gli interpreti della grafica pubblicitaria e del disegno industriale.

Alla immagine ed alla promozione dei prodotti contribuirono inoltre anche i negozi Olivetti che, dalla metà degli anni '30 prima, e negli anni '50 e '60 poi, erano i luoghi in cui venivano esposte e vendute le macchine.

A partire dalla fine degli anni '60 e fino alla metà degli anni '80 si affiancheranno alla immagine pubblicitaria mostre itineranti portate nei paesi europei ed extraeuropei.

Fra le mostre itineranti memorabile fu *Formes et recherche* del 1971, progettata da Gae Aulenti, che ebbe come prima sede il Museo delle Arti Decorative a Parigi.



6. Olivetti, *Formes et recherche*, catalogo 1971.

C'era una continuità di intenti tra il disegno industriale, la grafica e la pubblicità che insieme rappresentavano lo stile della azienda.

Nonostante le varie tendenze ed i gusti diversi dei pubblicitari vi era una unità di stile ed una coerenza nella grafica pubblicitaria e nella promozione della immagine della Olivetti che si può definire, citando Tomas Maldonado, come "unità nella diversità".

LEZIONI OLIVETTIANE



olivettiana
www.olivettiana.it



Con il patrocinio di
INU - INU Emilia Romagna

