

## . ATTUALITA'

SECOLO D'ITALIA	08/10/2011	OLIVETTI, LA TERZA VIA TRA CAPITALE E SOCIALISMO	2
MONDO	07/10/2011	Quell'umanesimo industriale	5

## OLIVETTI, LA TERZA VIA TRA CAPITALE E SOCIALISMO

Insegnò agli industriali  
 a non essere padroni.  
 Con il suo esempio

◆ Roberto Alfatti Appetiti

**H**a insegnato che non è detto si debba morire di benessere. Ha cercato di spiegare che l'impresa non è necessariamente un fine ma anche un mezzo e che mondi apparentemente inconciliabili - profitto e solidarietà, produzione seriale e bellezza, impresa e cultura - possono non solo coniugarsi ma crescere di pari passo. La lezione di Adriano Olivetti, scomparso nel 1960 a cinquantanove anni, può essere ancora preziosa per «un'impresa senz'anima e priva di contenuti e una cultura senza imprenditorialità, sempre più autoreferenziale e marginale rispetto al processo produttivo, tenuta in vita dalla carità e dall'assistenzialismo politico».

Questa, almeno, è la convinzione di Marco Peroni, sceneggiatore della graphic novel *Adriano Olivetti. Un secolo troppo presto* (BeccoGiallo, pp. 160, € 19), in uscita il 12 ottobre. Un libro che l'artista quarantenne, figlio di un dipendente della Olivetti, ha dedicato «ai bambini e alle bambine di Ivrea», confidando che l'accattivante formula del fumetto possa incuriosire i più giovani e rappresentare il gradino su cui salire per guardare agli scaffali più in alto, ai libri che approfondiscono i tanti aspetti dell'Olivetti intellettuale, politico, riformatore, urbanista ed editore. Una lettura che, tuttavia, è consigliata a tutti. Più di qualche copia, poi, andrebbe recapitata a Confindustria. Tutt'altro che illuminati, i nostri imprenditori sono sempre pronti a salire in cattedra, salvo liquidare come «una follia» quel minimo contributo di solidarietà che non è nulla rispetto ai servizi sociali che Olivetti, consapevole della responsabilità dell'impresa nei confronti della società, garantiva alle famiglie dei suoi lavoratori: dalle colonie estive ai sabati liberi, dal dentista gratis all'asilo aperto per i figli dei padroni come per quelli degli operai.

Un sogno comunitario che Marco Peroni - con i disegni di Riccardo Cecchetti - ha declinato al presente, anzi nel futuro, senza stucchevoli concessioni alla nostalgia. Se nel 2061 - anno di ambientazione della storia - l'Italia vive un nuovo boom economico, un "nuovo risorgimento", è proprio perché gli industriali hanno raccolto il testimone dell'ingegnere di Ivrea e ne hanno rielaborato le intuizioni contribuendo a realizzarne il progetto di comunità partecipate e solidali, al di là del socialismo e del capitalismo, in grado di superare "lo

strapotere del denaro" e sottrarsi al controllo della finanza internazionale.

«È ora di uscire dalla sin troppo facile fase della denuncia - ci spiega l'autore - per indicare una prospettiva positiva. Basta con l'effetto Report, siamo tutti iperinformati e l'indignazione non serve, bisogna avere il coraggio di proiettarsi nel futuro». Ed è quello che fa Peroni con questa graphic novel, la cui voce narrante è una giovane laureanda in fumetto contemporaneo, intenta a offrire il proprio contributo ai festeggiamenti per i Duecento anni dell'Unità d'Italia presentando una tesi sull'esperienza olivettiana. Per realizzarla, chiede a Olivetti un'intervista, impossibile dato che l'imprenditore è scomparso un secolo prima. Eppure l'incontro tra i due, immaginario, si terrà sul treno che nel febbraio del 1960 stava portando Olivetti da Milano in Svizzera e su cui trovò la morte.

«Il luogo dov'è morto - ci dice Peroni - diventa quello dove torna a vivere». È l'ingegnere stesso a spiegare la sua visione del mondo: la cultura intesa come carburante del cambiamento, gli artisti messi al lavoro, uno scrittore alla direzione del personale, un poeta al settore pubblicità, le biblioteche dentro la fabbrica, i concerti e le conferenze d'arte durante la pausa pranzo, le casette a un piano per i lavoratori immerse nel verde di una città che non a caso è stata definita «l'Atene degli anni Cinquanta».

«Il tutto - sottolinea ancora Peroni - mentre gli indici di produzione salivano in continuazione e lo "stile Olivetti" trionfava nel mondo». Un modello trascurato da quel ceto politico che sulla divisione costruiva un'inossidabile rendita di posizione, nella consapevolezza che la sintesi tra idee opposte costringe a rimettersi in discussione e a rischiare. Cosa che Olivetti fece, candidandosi e raccogliendo un modesto 1% dei consensi. Forse perché, come suggerisce il titolo del libro, la sua terza via tra socialismo e capitalismo era troppo in anticipo sui tempi.

Un successo, il suo, avvertito con fastidio anche e soprattutto dal blocco industriale dominante, che vedeva in tale azienda, capace di offrire ai propri dipendenti il 20% in più rispetto alla base contrattuale, un esempio destabilizzante. Un'ostilità che divenne manifesta quando, scomparso l'ingegnere - lasciando in eredità solo la prima casa, né imperi né yacht, né rendite - ne prese la guida un "gruppo di intervento" presieduto da Bruno Vi-

sentini. «Come prima cosa - racconta Peroni - i Cuccia e i Valletta svendettero agli americani l'elettronica, considerandola "un neo da estirpare", mentre invece Olivetti aveva capito che era il futuro e malgrado l'azienda fosse già leader nella meccanica aveva investito proprio nella ricerca di quel settore strategico, troppo strategico perché rimanesse in mano all'Italia e tanto più a un italiano così». Dalle macerie dell'elettronica olivettiana nascerà il primo personal computer al mondo ma l'Italia avrà perso la possibilità di essere protagonista della rivoluzione elettronica che caratterizzerà il nuovo sviluppo industriale.

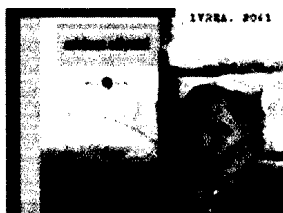
A oggi non possiamo sapere se, come nella graphic novel, la storia darà ragione a Olivetti, ma il suo esempio continua ad animare imprenditori che non hanno sacrificato l'interesse collettivo sull'altare del massimo profitto e coniugano il proprio lavoro con gli interessi delle comunità. Imprenditori come Paolo Benini, Adolfo Guzzini, Gianluca Martino e Brunello Cucinelli, giusto per ricordare alcuni degli ultimi vincitori del premio "Imprenditore olivettiano" - una targa e un modello originale della mitica Lettera 22 - appositamente creato dall'associazione Archivio storico Olivetti per «coloro che si sono ispirati a quei valori di responsabilità sociale, di impegno per la ricerca e l'innovazione, di attenzione alla comunità locale, di sensibilità per la bellezza e la cultura, che sono tipici della visione imprenditoriale di Adriano Olivetti».

«Se la prassi più comune da parte dei finanziari senza etica - dice Peroni - è quella di fare sciacallaggio, comprare aziende in crisi, spezzettarle e rivenderle guadagnandoci, c'è chi si ostina a fare il contrario». Come il citato Cucinelli, che in Umbria ha fatto rinascere ex novo un borgo, Solomeo, non lontano da Perugia. O Giuliano Carnaroli di Fano, che compra e restaura - anzi: rivitalizza, con la sua Marche Style - castelli e ville di grande valore storico. Turismo inteso come ricchezza. Del resto, Olivetti per primo aveva capito che «servono più camerieri che parlano tre lingue che operai perché il nostro petrolio è la bellezza».

Quella di Peroni, per chi non l'avesse capito, non è la mera biografia a fumetti di un grande personaggio ma il racconto di un'epopea comunitaria in cui sogno e realtà parvero sul punto di fondersi. «Un sogno sembra tale fino a quando non si comincia da qualche parte - diceva Olivetti - e solo allora diventa un proposito, cioè qualcosa di infi-

nitamente più grande». Parole degne di un visionario? Forse. E probabilmente è giusta la scelta di Peroni - musicista, tanto che il libro nasce da uno spettacolo musicale del suo trio, *Le voci del tempo* ([www.levocideltempo.it](http://www.levocideltempo.it)) - di pubblicare anche l'audiolibro della storia, dal 12 ottobre scaricabile gratuitamente sul loro sito, accompagnandola con la musica di Bob Dylan. Perché - conclude Peroni - Olivetti sembra uscito da una sua canzone.

**Il suo successo dava fastidio al blocco industriale, che vedeva nell'azienda, capace di offrire ai propri dipendenti il 20% in più rispetto al contratto, un qualcosa di destabilizzante**



## COMPUTER

**AVEVA INVENTATO IL PC, MA CUCCIA E VALLETTA LO SVENDETERO AGLI USA. UN BEL LIBRO DI PERONI RACCONTA COME**



*Adriano Olivetti nel suo stabilimento*



Small advertisement for Olivetti, including a smaller image of a woman at a typewriter and a text block with the headline 'OLIVETTI, LA TERZA VIA TRA CAPITALE E SOCIALISMO'.

STORIE RACCONTI DI GESTIONE MANAGERIALE ED EVOLUZIONE AZIENDALE. NEL SEGNO CONTINUO DEL CAMBIAMENTO

## Quell'umanesimo industriale

LIBRI



ANTONIO CALABRÒ

Un libro di management per parlare del «crepuscolo del management». Un paradosso, a dirlo così. Di sicuro, a scriverlo, Matthew Stewart si è divertito moltissimo, fin dal titolo dell'edizione americana, *Twilight manager*, perché quel vocabolo indica sia la scarsa luce che resta dopo il tramonto sia, metaforicamente, la stagione del graduale declino. Un gestore del declino, dunque? O il declino di una funzione, quella del tradizionale manager d'impresa? L'ambiguità apre la strada al gioco dell'interpretazione. Stewart ha fatto per anni il consulente d'azienda. Adesso se ne sta comodamente a Santa Barbara, in California, e s'appassiona a disvelare i retroscena del suo vecchio mestiere, a mettere in piazza i codici di quella che ritiene un'impostura. L'edizione italiana del volume ha come sottotitolo «Perché gli esperti di business continuano a guadagnare milioni e a sbagliare tutto?» ed è arricchita da una dissacrante prefazione di Domenico De Masi. Le teorie di Taylor e Mayo, Drucker e Porter, Peters e Nalebuff sono analizzate, smontate e messe alla berlina. E la critica «ai santoni e ai santuari del management» investe dunque non solo i singoli guru, ma la cultura stessa delle business school americane, le pratiche della consulenza e soprattutto quella vera e propria ideologia che negli anni ha ispirato le teorie di matrice Usa sulla gestione delle imprese. Solo dissacrazione? Naturalmente no. Semmai, un'utile critica, severa e puntuale, sulle logiche distorte che hanno guidato un capitalismo rampante, feroce e cinico, per cercare invece di dare spazio a una nuova cultura economica che aiuti a dare alle stesse imprese una dimensione e una gestione più adatte ai tempi di crisi e metamorfosi che stiamo vivendo. Bisogna ridefinire anche i modelli culturali di

guida delle società e delle persone, come suggeriscono Maurizio Decastri e Zvetan Anton Lilov in *Leadership. Dalla letteratura alla teoria manageriale*, cercando stimoli nelle pagine di Omero e Dante, Shakespeare (insuperabile osservatore critico dei meccanismi perversi del potere) e Kafka, Dostoevskij e Borges, Milton e Manzoni (grande leader, l'Innominato dei *Promessi sposi*), Musil, Orwell, Pasolini e tanti altri ancora. Ma va ripensata anche l'organizzazione stessa delle aziende, cercando nelle *Reti d'impresa* la risposta ai bisogni di crescita delle piccole imprese italiane, con schemi di cooperazione per stimolare l'innovazione e una migliore competizione nazionale e internazionale, come suggeriscono cinque esperti (De Rossi, Favretti, Penitenti, Nurzia ed Ermocida). La sfida generale: rielaborare una vera e propria nuova cultura d'impresa. Come succede nelle stagioni di cambiamento, rileggere la storia aiuta a trovare nelle radici indicazioni interessanti per il futuro. Lo fanno bene Giorgio Bigatti e Carlo Vinti curando il volume *Comunicare l'impresa. Cultura e strategie dell'immagine nell'industria italiana (1945-1970)*. I saggi degli autori (oltre i curatori, Lavista, Rinauro, Riccini, Lupo, Crepax, Pezzi, Guizzi e Bracco) ricostruiscono le storie esemplari di Finmeccanica e della sua rivista *Civiltà delle macchine*, della Pirelli, dell'Olivetti e dell'Eni, buoni esempi di una comunicazione innovativa e lungimirante che afferma una originale strategia italiana della qualità industriale, innovativa nella ricerca, nelle relazioni industriali, nell'organizzazione produttiva, nei rapporti con società, cultura e territorio.

Nel tempo, l'impresa italiana ha mostrato di avere una sapienza economica che può far parlare di un umanesimo industriale, di una cultura politecnica molto più ricchi e complessi dei modelli di business di ispirazione Usa, appunto al loro twilight. Una lezione che oggi, per fortuna, è di strettissima attualità.

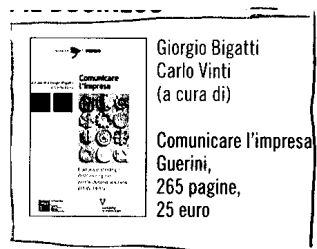
**«Va ripensata l'organizzazione stessa delle società, cercando nelle Reti d'impresa la risposta ai bisogni di crescita delle pmi»**

### IN LIBRERIA PER CAPIRE IL BUSINESS



Matthew Stewart

*Twilight manager*  
 Fazi,  
 442 pagine,  
 18 euro



Giorgio Bigatti  
 Carlo Vinti  
 (a cura di)

*Comunicare l'impresa*  
 Guerini,  
 265 pagine,  
 25 euro



D. Favretti, R. Nurzia  
 G. De Rossi,  
 G. Penitenti,  
 V. Ermocida  
*Le reti d'impresa*,  
 Buffetti,  
 110 pagine,  
 18 euro



Maurizio Decastri  
 Zvetan Anton Lilov

*Leadership*,  
 Guerini,  
 355 pagine,  
 28 euro