

Collana Materiali e documenti 105

Serie BiblHuB

Olivetti e il libro, storia di un'impresa che diventa cultura

Valentina Martino

Con una testimonianza di Franco Ferrarotti



SAPIENZA
UNIVERSITÀ EDITRICE

2024

Il testo di Adriano Olivetti “Prime esperienze in una fabbrica” è pubblicato per concessione della Fondazione Adriano Olivetti e di Edizioni di Comunità (© Tutti i diritti riservati).

Le riproduzioni contenute nel volume sono utilizzate per gentile concessione di: Olivetti/Tim S.p.A., Associazione Archivio Storico Olivetti, Ivrea – Italy, Archivio Walter Ballmer, Renata Bazzani Zveteremich, Michele De Lucchi, Fondation Folon (© ADAGP, 2023), © Fondation Henri Cartier-Bresson / Magnum Photos, Antonio Fortarezza, Milton Glaser, Inc., Jenner del Vecchio, King & Miranda Design S.r.l., Mario Trimarchi Design, Maurizio Corraini s.r.l. (© Bruno Munari. Tutti i diritti riservati), Paolo Pintori, Anna Steiner, eredi Bonfante, eredi Pieracini.

Per la riproduzione delle immagini, si ringraziano la Biblioteca dell’Associazione Archivio Storico Olivetti (in particolare, la dott.ssa Lucia Alberton) e i poli del Sistema Bibliotecario Sapienza: Biblioteca di Ricerca sociale, informatica e comunicazione; Biblioteca “Angelo Monteverdi” per gli studi filologici, linguistici e letterari; Biblioteca centrale della Facoltà di Architettura; Biblioteca del Dipartimento di Architettura e progetto; Biblioteca del Dipartimento di Pianificazione, design, tecnologia dell’architettura “Ludovico Quaroni”; Biblioteca del Dipartimento di Storia antropologia religioni arte spettacolo.

L’Autrice ha fatto il possibile per rintracciare i titolari dei diritti del materiale protetto da copyright utilizzato nel testo. Si scusa per le involontarie imprecisioni e omissioni, restando a disposizione degli aventi diritto, e si impegna a integrare le referenze in future edizioni del volume.



Copyright © 2024

Sapienza Università Editrice

Piazzale Aldo Moro 5 – 00185 Roma

www.editricesapienza.it

editrice.sapienza@uniroma1.it

ISBN 978-88-9377-302-7 (e-book)

ISBN 978-88-9377-303-4 (print)

Iscrizione Registro Operatori Comunicazione n. 11420

Registry of Communication Workers registration n. 11420

Publicato e finito di stampare nel mese di febbraio 2024 presso Sapienza Università Editrice

Published and printed in February 2024 by Sapienza Università Editrice

La traduzione, l’adattamento totale o parziale, la riproduzione con qualsiasi mezzo (compresi microfilm, film, fotocopie), nonché la memorizzazione elettronica, sono riservati per tutti i Paesi. L’editore è a disposizione degli aventi diritto con i quali non è stato possibile comunicare, per eventuali involontarie omissioni o inesattezze nella citazione delle fonti e/o delle foto.

All Rights Reserved. No part of this publication may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopy, recording or any other information storage and retrieval system, without prior permission in writing from the publisher. All eligible parties, if not previously approached, can contact the publisher directly in case of unintentional omissions or incorrect quotes of sources and/or photos.

In copertina | *Cover image*: Composizione di Cristina Coletti liberamente ispirata alla grafica di Giovanni Pintori per il volume “Olivetti 1908-1958”.

*A Mattia e Benedetta,
che imparano il grande
gioco della cultura*

Indice

Prefazione	9
<i>di Alberto Marinelli</i>	
PARTE I – UNO STUDIO CULTURALE SUI COMPANY BOOK OLIVETTI	
Un'impresa fatta di libri.	
Invito alla lettura	13
Ringraziamenti	21
1. Incunaboli olivettiani. Culture del libro e della comunicazione alla Olivetti (di Adriano)	25
1.1. Olivettismo letterario e <i>company book</i>	25
1.2. Un'impresa "fatta di libri"	28
1.3. Biblioteche di fabbrica e di comunità	31
1.4. Il sogno dell'editoria, dall'imprenditore all'impresa	35
1.5. Un libro per il primo quarto di secolo: "25 anni Olivetti"	39
1.6. Le produzioni librerie tra le due guerre	44
1.7. Un'impresa racconta. Libri e narrazioni nel dopoguerra	52
2. L'inquieto splendore. Cinquant'anni in un libro	61
2.1. Libri dell'identità e grandi classici: "Olivetti 1908-1958"	61
2.2. Cinquant'anni in un libro	62
2.3. Un libro-icona	64
2.4. Dall'impresa alla cultura	71
2.5. Stile Olivetti e olivettismo	75
2.6. La comunità concreta degli intellettuali	81
2.7. Un tempestoso autunno	85
2.8. Un libro "unico" di comunità	91
3. Dall'azienda al movimento culturale. La produzione libraria dopo Adriano	97

3.1. L'impronta di Adriano	97
3.2. Olivetti 1945-1959. Ricerca sui fattori interni di espansione di un'impresa	102
3.3. Gli anni Sessanta: le monografie istituzionali del "dopo Adriano"	107
3.4. Gli anni Settanta e Ottanta: il design dell'identità	114
3.5. Gli anni Novanta: fra innovazione e heritage	120
3.6. Company book tematici: sociale, sport e cultura	124
3.7. L'editoria d'arte	127
3.8. Le editorie "minori"	137
3.9. Le pubblicazioni dell'Associazione Archivio Storico Olivetti e della Fondazione Adriano Olivetti	141
3.10. Un patrimonio bibliografico d'eccezione	143
Storie e miti di un'impresa che si fece libro.	
Note conclusive	147
Postfazione	155
<i>di Giuseppe Lupo</i>	
PARTE II – DOCUMENTAZIONE	
Adriano Olivetti e le culture del libro. Una testimonianza di Franco Ferrarotti	159
<i>a cura di Valentina Martino e Marco Stancati</i>	
Olivetti 1908-1958. Appunti per la storia di una fabbrica di Adriano Olivetti	171
OLIVETTI INDEX. CATALOGO BIBLIOGRAFICO	
<i>in collaborazione con Associazione Archivio Storico Olivetti</i>	
Nota metodologica	181
Opere scelte (1925-1998)	183
Regesto delle collane editoriali	245
Un network della cultura e dei libri d'impresa alla Sapienza. Iniziative di Terza Missione per conservare e valorizzare un patrimonio diffuso	251
<i>a cura di BiblHuB Sapienza – Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale</i>	
Bibliografia	253

Prefazione

di Alberto Marinelli – direttore del Dipartimento di Comunicazione e Ricerca sociale e prorettore alle Tecnologie innovative per la comunicazione, Sapienza Università di Roma

Questo volume attraversa due ambiti di interesse del Dipartimento di Comunicazione e Ricerca sociale (CoRis). Il primo, a carattere culturale-scientifico, riguarda la comunicazione delle imprese e i modi – i linguaggi, i formati, i canali – attraverso i quali esse entrano in relazione con i consumatori e la società nel suo insieme. Si tratta di un campo in cui negli anni il Dipartimento ha investito con convinzione anche sul piano formativo, con iniziative didattiche e l'istituzione Corsi di laurea triennale e magistrale che attraggono numeri significativi di studenti, spesso provenienti da regioni e Atenei esterni a Roma e al Lazio. L'osservazione e lo studio della comunicazione d'impresa promossi dal Dipartimento sono guidati da una prospettiva socioculturale e privilegiano letture orientate a cogliere il ruolo degli aspetti simbolici e valoriali legati alla trasmissione e condivisione dei contenuti da parte dei brand e delle aziende. Coerentemente con queste scelte, una particolare attenzione è rivolta agli specifici oggetti e pratiche che pongono la cultura d'impresa in dialogo con la società, in quanto destinataria di forme comunicative e, al contempo, attore collettivo in grado di co-costruire e rinegoziare i significati attribuiti alla marca e alla sua identità. È in questo senso che la comunicazione e gli artefatti riferibili alla cultura d'impresa possono leggersi come corpus materiale e immateriale attraverso il quale osservare l'evoluzione del rapporto tra una società, i suoi consumi, la sua cultura e la memoria condivisa.

Queste considerazioni ci conducono al secondo ambito di interesse che il testo intercetta, e che riguarda l'attività di divulgazione, valorizzazione e trasferimento di saperi e conoscenze scientifiche al di fuori degli edifici e della cerchia dei pubblici universitari. La Terza Missione rappresenta per Sapienza un impegno costantemente rinnovato, che

pone il nostro Ateneo in dialogo con la città di Roma e, più in generale, con la società e il suo tessuto produttivo, e il CoRis aderisce convintamente all'idea che l'università possa contribuire alla produzione di beni pubblici e al *public engagement*. Di questa connessione tra accademia e società, BiblHuB rappresenta un esempio efficace e virtuoso: una biblioteca dedicata alla cultura e letteratura d'impresa, istituita allo scopo di raccogliere un importante patrimonio librario pubblicato su iniziativa di aziende e organizzazioni aprendolo alla fruizione di studenti, ricercatori e cittadini – le stesse audience cui sono dirette le iniziative periodiche di promozione e valorizzazione di un patrimonio materiale e immateriale che conta ad oggi circa tremila volumi.

Il focus di questo libro non potrebbe essere più adeguato a sintetizzare e rappresentare la mission del progetto BiblHuB: uno studio dedicato alla cultura olivettiana e in particolare all'editoria promossa dalla società di Ivrea nel secolo scorso con una chiara vocazione non solo imprenditoriale, ma culturale, sociale e fortemente orientata alla comunicazione. Nelle molte declinazioni che questa produzione ha assunto nel tempo – dagli opuscoli informativi alla manualistica, dai cataloghi artistici alle monografie che celebrano l'impresa e il suo marchio, fino alla casa editrice, Edizioni di Comunità – la storia aziendale dialoga con la società e con lo spirito del tempo e si pone come coerente esito di una visione che l'impresa stessa mirava a concretizzare in precise politiche culturali, anche interne alla comunità olivettiana. Nella stesura del testo, Valentina Martino non tradisce lo spirito olivettiano e condivide con il lettore il compito di ricomporre il mosaico del sistema culturale – polifonico e di estrema attualità pur nel proprio essere legato a doppio filo a un medium *classico* come il libro – di una azienda la cui storia conserva caratteri innovativi per certi aspetti ancora ineguagliati. Un oggetto di studio e insieme una dichiarazione di intenti con cui si inaugura felicemente il progetto editoriale di una collana di ricerche che si pone come ponte tra l'Università e la sfera produttiva e culturale d'impresa.

PARTE I

UNO STUDIO CULTURALE SUI COMPANY BOOK OLIVETTI

Un'impresa fatta di libri. Invito alla lettura

“Non vi è nulla di più inedito di ciò che è già stato pubblicato”.
Umberto Eco (2010) *Il cimitero di Praga*, Milano, Bompiani.

Quello qui presentato è uno studio culturale dedicato alle produzioni librerie della società Olivetti d'Ivrea – “prima fabbrica nazionale di macchine per scrivere” – in un arco temporale che spazia dagli anni Venti ai Novanta del secolo scorso. L'attenzione di chi scrive si è concentrata, in particolare, sull'editoria di carattere istituzionale, attraverso il censimento e l'analisi di un patrimonio bibliografico che, per quantità e qualità delle espressioni, è possibile giudicare d'eccezione: quello inerente ai libri che una gloriosa industria italiana ha promosso nel corso del Novecento, di volta in volta con l'intento di ricapitolare la storia aziendale o raccontare spaccati specifici della propria attività. Imprenditoriale, sociale, culturale, artistica, comunicativa.

La storia della Olivetti è scandita, a ben guardare, da innumerevoli edizioni e auto-edizioni librerie, promosse sia durante che dopo Adriano: non solo monografie celebrative, ma opuscoli commerciali, guide, manuali tecnici, cataloghi e libri d'arte, studi e atti scientifici. Pubblicazioni apparentemente effimere e *d'occasione* che si affiancano a una ben più nota e “ingombrante” attività editoriale portata avanti, da una parte, da una singolare figura di imprenditore riformista e, dall'altra, dalle Edizioni di Comunità, casa editrice fondata dallo stesso Olivetti nell'immediato dopoguerra.

Di fatto, una spettacolare tradizione di volumi e stampati minori, perlopiù autoprodotti, testimonia la centralità dell'editoria *in primis* nel progetto e nel *sogno* adrianei (Ferrarotti 2020; Soavi 1979) e, quindi, nelle politiche culturali promosse dall'Olivetti azienda, fautrice fino al

proprio dissolvimento a metà degli anni Novanta di una produzione continuativa e a dir poco ipertrofica di monografie di diverso genere e formato, ma sempre a elevato gradiente identitario e culturale. Osservato nel suo insieme, anche alla luce dei numerosi apporti autoriali e realizzazioni d'eccellenza, questo caleidoscopico heritage bibliografico segnala inequivocabilmente nel libro un *topos* centrale dell'esperienza olivettiana e comunitaria: è così che – in modo del tutto serendipitoso – l'editoria aziendale si rivela, da una parte, il ramo maestro di quell'attivismo culturale che spicca da sempre tra gli aspetti salienti e più celebrati dell'*azienda-comunità* di Ivrea; dall'altra, un contesto privilegiato di elaborazione ed espressione di un inconfondibile *stile e idioma identitario*. Un "codice di forme significative" (Zorzi 1983, p. XIII) che paiono pensate per riflettere su di sé, prima ancora per rappresentarsi ad altri.

A dispetto di questi primati, non manca di colpire la paradossale marginalità dei *company book* olivettiani negli studi di settore che, con poche eccezioni, hanno fatto ricorso a tali pubblicazioni solo strumentalmente, come fonti documentali secondarie e perlopiù di contorno, al servizio di altre e più edificanti narrazioni e interpretazioni storiche. Proprio a partire da questa folgorante constatazione, scaturita nel contesto degli studi dedicati da chi scrive al ruolo delle monografie organizzative nella comunicazione dell'identità aziendale¹, l'indagine si è proposta di ricostruire ed esplorare (quantomeno nei suoi momenti fondamentali) l'ampio e variegato *corpus* librario attraverso il quale l'impresa di Ivrea si è raccontata ai suoi pubblici nel corso del tempo. Coniugando una preliminare disamina storica e bibliografica a uno studio culturale dei *company book* della Olivetti, lo studio ha puntato non soltanto ad approfondire l'occasione e la genesi delle singole monografie edite per iniziativa diretta dell'azienda, ma soprattutto a riconnettere le pubblicazioni le une alle altre, quali tasselli di una stessa storia, editoriale e culturale.

¹ Si rinvia, in particolare, a Martino 2019, 2021, 2023a, 2023b. Per ragioni di spazio, in questa sede non è possibile approfondire tale ambito di indagine, né i numerosi autori e contributi interdisciplinari alla base delle argomentazioni qui presentate e della stessa formazione scientifica di chi scrive: studi che ci si limiterà piuttosto a richiamare in modo mirato e considerare fondamentali riferimenti di sfondo, in tema di identità aziendale (Albert e Whetten 1985; Birkigt e Stadler 1986; Van Riel e Balmer 1997), cultura d'impresa (Schein 2000; Weick 1995), memoria organizzativa (Wexler 2002), corporate heritage (Balmer 2017; Martino 2013; Napolitano *et al.* 2018), narrazione organizzativa (Czarniawska 1997; Czarniawska e de Monthoux 1994).

Così facendo, si è cercato di studiare la cultura libraria dell'Olivetti il più possibile *all'olivettiana* (Fiorentino 2014, p. 15): ovvero nel suo insieme e con l'intento – per così dire – di associare tra loro i libri e i “puntini”, lasciando che a delinearci fosse un intrigante mosaico di storie, personalità e collaborazioni culturali che attraversano il secolo scorso. I tasselli di questo puzzle, che all'interno del presente volume resta solo abbozzato, restituiscono nel loro insieme l'immagine della Olivetti novecentesca – e non solo della vita di Adriano (Bricco 2022, p. 59) – come una grande e caleidoscopica *biblioteca*: un vero e proprio sistema culturale, dunque, nel quale a contare sono le relazioni tra le parti e la loro sintesi nel tutto, piuttosto che le singole espressioni e personalità, ancorché d'eccellenza.

Grazie alla ricognizione e analisi delle edizioni Olivetti, si è giunti così a formulare l'ipotesi guida del presente studio: quella di un *primato della forma-libro nell'olivettismo*, quale invariante culturale rimasta perlopiù in ombra rispetto ad altre e più celebrate espressioni ed “eredità” della fabbrica di Ivrea. La produzione libraria, dunque, come chiave d'accesso privilegiata a un sistema di valori distintivi che si devono all'impronta di Adriano per arrivare all'oggi: attraverso questa pista d'indagine, fin qui poco battuta, è possibile di fatto ricapitolare – e forse, in parte, riscrivere – la storia culturale dell'azienda e del movimento di idee che da questa è scaturito dall'inizio degli anni Sessanta, a seguito dell'improvvisa scomparsa dell'imprenditore e in concomitanza di una fase di acuta discontinuità nella vita aziendale.

In funzione di questa ipotesi interpretativa, l'analisi ha privilegiato le numerose monografie di carattere istituzionale, dedicate all'elaborazione visuale e teorico-critica dell'identità dell'impresa di Ivrea sia prima che dopo Adriano Olivetti, tenendo conto anche di una campionatura delle più significative edizioni di contenuto artistico-culturale e tecnico-scientifico. Lungi dal pretendere di esaurire la disamina del *mare magnum* di pubblicazioni librarie variamente riconducibili all'Olivetti in Italia e all'estero, l'indagine ha puntato, da una parte, a ricostruire il *corpus* bibliografico, almeno nelle sue linee generali; dall'altra, a mettere a fuoco alcuni capisaldi e *milestone* editoriali che segnano la storia aziendale, qui intesa programmaticamente come storia della comunicazione e, in particolare, di libri. Restano invece sullo sfondo, per essere richiamate in modo mirato, la Storia e cronistoria societaria, ivi inclusi i molteplici primati alla base di una leggendaria parabola imprenditoriale e di una produzione interdisciplinare con carattere di unicità in molteplici settori culturali, quali architettura, design, pubblicità, ricerca, formazione, arte.

Sposando la convinzione programmaticamente espressa all'inizio di queste pagine con le parole di Umberto Eco ("non vi è nulla di più inedito di ciò che è già stato pubblicato"), si è inteso così dissodare – anche a beneficio degli studi futuri – un campo di ricerca che resta aperto a ulteriori "scoperte" e ritrovamenti bibliografici, come pure a nuove ipotesi interpretative incentrate sulla bibliografia dei volumi olivettiani e, più in generale, su un rapporto pregnante come quello tra le organizzazioni e il libro. Il preliminare excursus bibliografico ha attinto da fonti di carattere sia catalografico che commerciale, riservando una speciale attenzione allo studio del patrimonio librario che l'Associazione Archivio Storico Olivetti conserva in esclusiva a Ivrea, continuando a divulgarlo e, in parte, distribuirlo commercialmente. La ricognizione così condotta ha consentito all'Autrice di passare in rassegna – perlopiù visionandole in modo diretto – centinaia di edizioni più o meno direttamente legate alla società Olivetti: monografie non soltanto organizzative (centrate, cioè, sulla cultura e l'identità aziendale), ma di carattere commerciale, tecnico-scientifico, artistico-culturale. I lettori vorranno perdonare eventuali mancanze e lacune bibliografiche, di cui chi scrive si assume interamente la responsabilità; come pure l'incontenibile gusto per le incursioni interdisciplinari, in territori altri, con esiti probabilmente non sempre convincenti.

L'individuazione del patrimonio "diffuso" dei volumi olivettiani (non sempre catalogati o chiaramente identificabili nell'Opac nazionale, a volte non presenti a Ivrea o editi all'estero) ha richiesto a chi scrive di applicare un metodo esplorativo e "investigativo", basato dunque non soltanto sulle fonti catalografiche ufficiali, ma su indicazioni provenienti dalla letteratura (scientifica e non), da altre bibliografie e – a cascata – dalle stesse pubblicazioni aziendali via via rintracciate. Questo approccio è stato funzionale all'intento di far emergere anche le editorie minori, in genere poco note agli studiosi diversamente dall'attenzione di cui queste godono, invece, sul mercato del collezionismo e dell'antiquariato librario. A un tempo, si è cercato il più possibile di ricostruire il contesto di una così inesausta attività editoriale, triangolando i libri e le caleidoscopiche narrazioni in essi custodite con testimonianze storiche dei protagonisti, fonti critiche di varia provenienza disciplinare e, non ultimi, colloqui e interviste autonomamente condotti dall'Autrice con un gruppo di esperti, accademici e non.

La ricerca così condotta ha consentito di pervenire a una selezione di 61 *company book*, editi tra gli anni Venti e Novanta del secolo scorso, che

L'Autrice ha avuto modo di studiare e consultare personalmente e alla cui descrizione di dettaglio è dedicato il catalogo bibliografico che correda le pagine finali del volume. Si è inteso così ricondurre la sterminata bibliografia aziendale a una rosa di opere scelte, variamente legate alla Olivetti e alla comunità culturale da questa aggregata: a ciascuna pubblicazione è dedicata una scheda descrittiva, elaborata in collaborazione con l'Associazione Archivio Storico Olivetti di Ivrea. Accompagnano il catalogo bibliografico una nota metodologica e, inoltre, un Regesto editoriale *in progress* – anch'esso stilato in collaborazione con la Biblioteca dell'Associazione Archivio Storico Olivetti – che riepiloga le uscite di sei tra le principali collane aziendali (*Quaderni d'arte del Centro Culturale Olivetti*; *Perché il personal computer*; *Libri-strenna*; *Olivetti-Il Polifilo*; *Olivetti Index*; *Quaderni Puteani*): iniziative dal corso più o meno longevo, che attestano nel loro insieme un'attività libraria sorprendentemente prolifica e niente affatto occasionale, bensì ispirata da una logica di continuità e di vera e propria politica editoriale. Rispetto all'ordinamento qui presentato, rimane invece sullo sfondo la debordante produzione olivettiana di edizioni speciali e fuori collana dedicate, fin dagli anni Cinquanta, al mondo dell'arte e della cultura: un filone che, per il futuro, risulta senza dubbio meritevole di ricostruzioni e studi approfonditi, in linea con alcuni precedenti scientifici (Toschi 2021) e con le sintetiche riflessioni abbozzate in questa stessa sede.

Di questo percorso di ricerca, nato nei mesi della pandemia e goduto da chi scrive come un'avvincente caccia al tesoro intellettuale, rende conto il presente libro. Ai diversi momenti della storia editoriale della Olivetti sono dedicate altrettante sezioni del volume, che passano in rassegna rispettivamente gli *incunaboli olivettiani* degli anni Venti-Trenta e le pubblicazioni precedenti il 1958, anno del cinquantenario aziendale (Cap. 1); e, quindi, l'effervescente stagione editoriale del "post Adriano" (Cap. 3), animata dalla raffinata regia di Giorgio Soavi e Renzo Zorzi. La ricognizione qui presentata riserva quindi una speciale attenzione al giubilare *Olivetti 1908-1958* (Ing. C. Olivetti & C. 1958a), volume che sul finire degli anni Cinquanta commemora il cinquantenario dalla fondazione aziendale e alla cui "biografia editoriale" è dedicato un approfondimento ad hoc (Cap. 2).

Testimonianze e informazioni storiche raccolte da chi scrive convergono nel segnalare l'eccezionalità di questa monografia, tale da farne non soltanto un "grande classico" nella tradizione della letteratura d'impresa e il simbolo stesso del cosiddetto *stile industriale* del tempo (Vinti 2007), ma

il testo fondativo dell'olivettismo, nelle cui pagine trovano compimento e codificazione i tratti – a un tempo, estetici e valoriali – della Olivetti di Adriano all'apice del suo *inquieto splendore*. A chi sappia apprezzarlo e non lasciarsi intimidire dal rigore modernista della messa in forma tipografica, questo straordinario “libro unico” (secondo una formula cara a un grande protagonista dell'editoria del Novecento quale Bobi Bazlen) si offre, non a caso, come una vera e propria macchina del tempo: dentro le sue pagine continuano a compiersi per i contemporanei un sorprendente viaggio nella Olivetti di fine anni Cinquanta e, di fatto, una emozionante epifania della *comunità concreta* degli intellettuali aggregati dall'impresa di Ivrea e alla cui militanza culturale si deve, a parer di chi scrive, l'eredità a tutt'oggi vivente di Adriano Olivetti.

Attraverso la ricchezza delle sue produzioni librerie, la Olivetti continua a offrire una testimonianza per molti aspetti inedita delle potenzialità di racconto insite nell'identità e nella comunicazione di un'organizzazione: un'azienda-comunità che è possibile osservare riflessa nei libri che essa stessa ha ideato e prodotto, a propria immagine e somiglianza, lungo l'evoluzione da start-up a brillante multinazionale del Novecento, destinata a spegnersi imprenditorialmente assieme al Millennio che l'ha vista nascere per trapassare nella sfera della cultura e dell'immaginario collettivi. Ma, ancor più, a rendere unica l'Olivetti è l'esemplare *librarietà*: quella attitudine a “farsi libro” che costituisce un tratto rivelatore della sua cultura e per la quale chi scrive ha avuto modo di trovare una sponda, in itinere, nell'illuminante neologismo proposto da Emma Smith (2022). Per i contemporanei, una prova disarmante e *sui generis* del valore di modernità insito in una prodigiosa tecnologia identitaria e umanistica quale il libro, in grado di dare forma alla cultura abilitando processi di comunicazione capaci di estendersi attraverso il tempo e tra le generazioni.

È così che l'esempio di Adriano e della Olivetti finisce per trascendere di gran lunga il perimetro della cultura d'impresa, invitandoci a riscoprire, sotto una luce indubbiamente *sui generis*, la radicata “fede” moderna in un antico medium di cui il primo Novecento ha saputo sperimentare appieno la potenza: quella di memoria culturale e fondamento di comunità o, viceversa, strumento sfrontato di propaganda e autorappresentazione del potere. La centralità del libro e delle sue culture, a tal punto sentita all'inizio del secolo scorso e celebrata in modo spettacolare dalle avanguardie artistiche (il Futurismo, *in primis*), pare in seguito destinata – se non già a tramontare – quantomeno a

retrocedere in favore del rutilante avvento sulla scena comunicativa dell'audiovisivo e delle reti multimediali, parallelamente a un'inesorabile "dissacrazione" del libro a opera del mercato editoriale di massa.

Piuttosto inaspettatamente, la vita di un'organizzazione diviene allora rivelazione, originale e potente, del valore cardinale del libro nella cultura moderna e nella formazione del percorso di civiltà che giunge all'oggi. Nella vita delle donne e degli uomini contemporanei, il libro rivendica il proprio mistero, magia: la natura liminare di *rito portatile*, "*tascabile*", in grado di rinnovare l'appartenenza di ciascuno al grande dialogo umano, all'*Humana Civilitas* così cara ad Adriano Olivetti. Non uno statico artefatto, dunque, ma una potente soglia simbolica tra sfera materiale e culturale, tra mondo delle cose e dello spirito, che continua a brillare come il più culturale (e, dunque, spirituale, come ben intuiva Stéphane Mallarmé², al pari di altri grandi Maestri...) tra gli oggetti mai prodotti dall'uomo.

² Per le ispirate riflessioni che il poeta affida al testo di "Le livre, instrument spirituel" (1895), si rinvia alle *Ouvres complètes II* pubblicate da Gallimard (Mallarmé 1993).

CONSIGLIO SCIENTIFICO-EDITORIALE
SAPIENZA UNIVERSITÀ EDITRICE

Presidente

AUGUSTO ROCA DE AMICIS

Membri

MARCELLO ARCA
ORAZIO CARPENZANO
MARIANNA FERRARA
CRISTINA LIMATOLA
ENRICO ROGORA
FRANCESCO SAIITTO

SERIE BIBLHUB – CULTURE D’IMPRESA E COMUNICAZIONE

Coordinatori

VALENTINA MARTINO (Sapienza Università di Roma)
ANDREA GUISO (Sapienza Università di Roma), vicecoordinatore

Comitato editoriale

LUCIA D’AMBROSI (Sapienza Università di Roma)
GERALDINA ROBERTI (Sapienza Università di Roma)

Comitato scientifico

ANTONIO CALABRÒ (Museimpresa e Fondazione Pirelli)
EDOARDO CURRÀ (Sapienza Università di Roma e AIPAI)
GAETANO DI TONDO (Associazione Archivio Storico Olivetti)
JAMES E. GRUNIG (University of Maryland)
FULVIO INGROSSO (Confindustria)
JEONG-NAM KIM (University of Oklahoma)
BEATRICE LOMAGLIO (AIF – Associazione Italiana Formatori)
ANGELA MARCHESE (Il Chiostro)
ALBERTO MARINELLI (Sapienza Università di Roma)
ANDREA MINUZ (Sapienza Università di Roma)
FABIEN PECOT (TBS Business School Barcelona)
DANIELE POZZI (Archivio del Cinema Industriale e della Comunicazione LIUC)
DONATELLA STRANGIO (Sapienza Università di Roma)
EZIO TARANTINO (Sapienza Università di Roma)

Opera sottoposta a peer review. Il Consiglio scientifico-editoriale, anche attraverso i comitati scientifici di serie, assicura una valutazione trasparente e indipendente delle opere sottoponendole in forma anonima a due valutatori ignoti agli autori e ai curatori. Per ulteriori dettagli si rinvia al sito: www.editricesapienza.it

This work has been subjected to a peer review. The Scientific-editorial Board, also through the scientific committees of series, ensures a transparent and independent evaluation of the works by subjecting them anonymously to two reviewers, unknown to the authors and editors. For further details please visit the website: www.editricesapienza.it

COLLANA MATERIALI E DOCUMENTI

Per informazioni sui volumi precedenti della collana, consultare il sito:
www.editricesapienza.it | *For information on the previous volumes included
in the series, please visit the following website: www.editricesapienza.it*

95. New Journalism(s) in Theory and Practices Learning
from Digital Transformations
edited by Romana Andò
96. L'eredità del moderno
Prospettive per il recupero dell'edilizia residenziale pubblica
The modernist burden
Future perspectives for the renewal of the public housing heritage
Progettare Quartaccio | Designing Quartaccio
Eliana Cangelli, Michele Conteduca
97. Casi di marketing Vol. XVII
Quaderni del Master Universitario in Marketing Management
a cura di Chiara Bartoli
98. "From Faraway California"
Thomas Pynchon's Aesthetics of Space in the California Trilogy
Ali Dehdarirad
99. Sociologia per la sostenibilità e analisi dei processi globali
a cura di Laura Franceschetti e Giulio Moini
100. Idraulica sumerica
Edoardo Zanetti
101. Alle origini del programma scientifico del giovane Bruno Migliorini
La vocazione internazionale e l'orizzonte teorico
a cura di Silvia Cannizzo
102. Lo straniero in Egitto e nel Vicino Oriente
Studi in onore di Loredana Sist
a cura di Marco Ramazzotti
103. A Paradigm in policy making: the Horizon 2020 - 101004605
DECIDO (eviDence and Cloud for more InformeD and effective
pOlicies) project
edited by Vanni Resta
104. Scuola, formazione e dimensioni del benessere
Ricerche psico-pedagogiche
a cura di Guido Benvenuto e Stefano Livi
105. Olivetti e il libro, storia di un'impresa che diventa cultura
Valentina Martino

