

Studiare alla Olivetti

di Galileo Dallolio¹

La storia della Olivetti continua a destare attenzione e interesse. Se ne è avuto un riscontro al 30° Salone del Libro di Torino, il 19 maggio 2017, dove 350 persone hanno seguito il Convegno “Olivetti: l’industria oltre il profitto”². Tra gli argomenti trattati mi soffermo sul tema *formazione* anche per sottolineare il ruolo che ha avuto la Delegazione AIF dell’E-R nell’organizzare nel 2001, all’Università di Bologna, l’incontro “*Formazione e cultura come valori strategici per l’impresa: il caso Olivetti nel centenario della nascita*”. L’evento AIF, che vide la partecipazione della Presidente della Fondazione Olivetti Laura, figlia di Adriano Olivetti, di docenti universitari, di formatori, studenti ed ex dipendenti Olivetti, ha dato origine al gruppo www.olivettiana.it che è stato uno degli organizzatori del convegno torinese. Questa considerazione la collego all’interessante articolo di Giuseppe Caramma in Learning News maggio 2017 “*Sulla felicità degli archivi. Per una storia di AIF e delle sue Delegazioni*”. A mio parere l’evento AIF del 2001 è uno dei tanti casi che dimostra il ruolo che ha avuto e che ha AIF nella generazione di fatti di cultura.

Essendo stato fra i relatori del Convegno torinese, propongo una sintesi degli argomenti di formazione trattati e che hanno riguardato 1) la Cultura Tecnica, svolta al Centro Formazione Meccanici (CFM) di Ivrea dal 1935 e 2) la Cultura Commerciale, sviluppata al Centro Istruzione Specializzazione Vendite (CISV) di Firenze dal 1954.

¹ Presente e attivo in AIF dal 1984 al 2012, già direttore editoriale di FOR dal 2007 al 2012. Si occupa di divulgazione in particolare di storie della scienza e delle imprese e di etimologia per formatori galileo.dallolio@gmail.com

² Hanno partecipato Gabriella Gastaldi, governatore distretto Lions 108, Laura Curino, attrice, Beniamino de’ Liguori Carino, segretario generale della Fondazione Olivetti, Helena Verlucca, editore e moderatrice del Convegno. Interventi di G.C. Maggio, Paolo A. Rebaudengo, Emilio Renzi, Gianfranco Ferlito, Galileo Dallolio.

1) Cultura Tecnica

Il relatore Gianfranco Ferlito, allievo del CFM dal 1956 e in seguito Dirigente della Qualità della Olivetti System & Networks e dal 1990 della Pianificazione di Produzione, ha sottolineato che *“la storia della formazione si collega all’origine della Olivetti (1908) avvenuta in un ambiente dove non erano reperibili le professionalità necessarie per costruire macchine, stampi, attrezzi e strumenti di alta precisione. Da qui la necessità di creare nel 1925 un corso serale tecnico-professionale, embrione dell’impianto formativo che si sarebbe sviluppato poi in azienda dal 1935 con la nascita del Centro Formazione Meccanici”*.

Poiché nella “formazione meccanici” erano presenti materie quali “cultura generale, cultura politica, economica e sindacale e cultura artistica”, Ferlito ne ha così motivato la presenza: *“Per Adriano Olivetti la cultura può svolgere da un lato un ruolo di affrancamento individuale e, dall’altro, può stimolare un profondo cambiamento di mentalità per creare la spinta e le attitudini necessarie a un’impresa innovativa. Era necessario rimuovere la mentalità dell’accontentarsi del poco e creare stimoli a guardare oltre i limiti abituali, affinare i gusti e creare l’ambizione a diventare bravi quanto i migliori al mondo nei nostri ruoli”*. Interessante la sua conclusione: *“Nel Centro Formazione Meccanici si formavano operai e tecnici adeguati a sostenere lo sviluppo aziendale, si radicava l’abitudine al rispetto dell’opinione di tutti, la ricerca della posizione personale basata sulla logica e sui fatti, l’allergia agli slogan e ai luoghi comuni, il ragionare con la testa e non con la pancia. Questo clima si manteneva anche nelle discussioni politiche fra i giovani. Il ritorno al proprio borgo la sera, nell’ambiente di origine, con i libri della biblioteca sotto il braccio, evidenziava quanto grande fosse la distanza con la fabbrica, ma anche quanto questa agisse da traino per tutto il territorio, anche attraverso la grande quantità di proposte culturali e l’azione svolta dai Centri di Comunità. Oggi a Ivrea il numero di librerie (10) e quello dei frequentatori della biblioteca pubblica (circa 75.000 prestiti all’anno) è del tutto inconsueto in Italia, per città di 25.000 abitanti. E questo aiuta a capire perché parliamo di Scuola Olivetti al salone del Libro di Torino”*.

2) Cultura Commerciale

Sono stato allievo nel 1960 della Scuola Olivetti di Firenze.

La formazione commerciale in Olivetti era iniziata nel 1954 con la creazione della prima scuola in Europa dedicata alla vendita. Una scelta che insieme all’assunzione di settecento venditori fu un investimento coraggioso in un momento di crisi aziendale dove sarebbero stati possibili licenziamenti e ridimensionamenti di organico. I corsi di prima formazione commerciale duravano sei settimane, prevedevano esami e si fondavano sull’apprendimento delle macchine e delle

attrezzature per ufficio e sulle applicazioni di scrittura e di calcolo presenti negli uffici di imprese, studi professionali, amministrazioni ecc. Si imparava inoltre un metodo di gestione del portafoglio clienti che prevedeva una complessa preparazione delle visite. Da questo investimento in formazione emerse quasi tutto il management commerciale Olivetti. Dopo circa 10 anni nell'area vendite come venditore e quadro, ho avuto responsabilità dirigenziali nella selezione, gestione e formazione del personale di una Divisione commerciale della Olivetti Italia. La Scuola di Firenze divenne un modello per le altre scuole Olivetti in USA, Inghilterra, Francia, Germania, e sviluppò tecniche e metodi che la portarono a specializzare progressivamente programmatori, sistemisti, quadri e manager di altissima competenza. Le parole di Mario Torta che è stato dirigente del *Centro di formazione commerciale Olivetti a Firenze*, riassumono un sentimento comune a tutti coloro che hanno frequentato questa Scuola:

"... 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.

Tutte le condizioni esistenti nella Scuola (l'ambiente, l'organizzazione dei corsi, le materie d'insegnamento, il costante rapporto fra allievi e docenti interni, provenienti da esperienze aziendali) favorirono quello che si potrebbe definire uno stile di apprendimento e di comportamento che segnò in modo profondo tutti coloro che uscirono dai corsi di formazione: forte senso di appropriazione dei valori e degli obiettivi aziendali; intima convinzione di far parte di un'organizzazione di successo con una indiscussa leadership internazionale; grande prestigio culturale del nome Olivetti che inorgoglia chi ne faceva parte. I corsi del CISV non erano soltanto una fondamentale esperienza culturale e professionale ma erano, in certo senso, anche una scuola di vita." (in "Storia delle risorse umane in Olivetti" a cura di M. La Rosa, Paolo. A. Rebaudengo, C. Ricciardelli, Angeli 2004, pp 87-94).

La riflessione sulla formazione in Olivetti non si esaurisce con la formazione tecnica e commerciale. Altre grandi aree di formazione sono presenti in materiali, studi, filmati, documenti interni originati dalle Direzioni del Personale, dai Centri di Psicologia e di Sociologia, dai Servizi Sociali e Culturali ecc. Visitando i siti della Fondazione Adriano Olivetti e nell'Archivio Olivetti ci si può fare un'idea della cultura espressa da quest'Azienda. Concludo con la recensione che Giovanni Maggio ha scritto sul recente libro di A. Saibene *L'Italia di Adriano Olivetti*, Comunità 2017. G. Maggio ha lavorato in Olivetti dal 1960 al 1989, ha diretto la selezione dei quadri e dei dirigenti, aree commerciali, la Scuola di Firenze, è stato capo della Pubblicità del

Gruppo Olivetti e della comunicazione e relazioni esterne di Olivetti Italia e docente di Cultura e Comunicazione d'impresa all'Università di Firenze: *“Per molti anni dopo la morte di Adriano, il suo spirito, la sua lezione hanno continuato ad ispirare i comportamenti, hanno costituito il sistema culturale della Olivetti anche attraverso il magistero di uomini di cultura come Paolo Volponi, grande poeta e romanziere ma anche Capo del Personale a dirigere le relazioni sindacali, la formazione, la selezione, la gestione delle persone. La parola cultura assume allora un significato nuovo rispetto al concetto che il termine rappresenta nell'espressione “uomini di cultura”, i cui nomi per molti anni hanno caratterizzato l'immagine di un'impresa colta e raffinata. A ribaltare una lettura corrente, cultura diventa sentire comune, credo condivisi, riti, miti, valori di riferimento nella gestione della persona, etica del lavoro, il personale come magistratura del lavoratore: ciò che i cultural studies avrebbero poi definito la cultura d'impresa. Cultura d'impresa che ha costituito la più rilevante specificità della Olivetti , forse il suo maggior vantaggio competitivo. Nella definizione dei contenuti di quella cultura parte dominante è costituita dalla narrazione dei successi, delle esperienze, delle personalità, dei miti: la narrating organization (B. Czarniawska). Il libro di Saibene aggiunge importanti strumenti di conoscenza, costitutivi ed alla base di quella cultura. Un libro seminale, oltre che di essere letto merita di avere un seguito”*. L'intera recensione è in www.olivettiana.it

