

# LA PERFETTA “MACCHINA DA VENDERE”

## I NEGOZI OLIVETTI, INCONTRO TRA ARTE E DESIGN

**LUDOVICA GROMPONE** Dottoranda, Politecnico di Bari. Laureatasi alla Federico II di Napoli, consegue un Master in Architettura per l'Archeologia a Roma presso La Sapienza e si specializza allo Iuav di Venezia in Beni Architettonici e del Paesaggio. Oggi frequenta il corso di dottorato in Conoscenza e innovazione nel progetto per il patrimonio, dirige il Museo Mig-Mamei ed è membro dell'Istituto per l'Architettura Mediterranea e dell'Associazione Italiana Giovani per l'Unesco.

### ALLESTIMENTO ARTE DESIGN TECNICA ARCHITETTURA

Nella prima metà del XX secolo attorno Olivetti orbita un *entourage* che concorre al successo della sua azienda, composto da uomini di formazione sia scientifica che umanistica. Le fabbriche Olivetti assumono un volto umano, ponendosi non più come dei simboli di sofferenza, bensì come congegni di riscatto. Si radica in tal modo la cultura della modernità, le cui forme architettoniche plasmano spazi industriali, ma anche residenziali e commerciali. D'altra parte, con Olivetti l'architettura viene considerata un'espressione della comunità, così come il design permette di esprimere la vera natura dei suoi prodotti. L'estetica assume un ruolo decisivo nella realizzazione dell'oggetto, come nelle strategie di vendita. Nasce allora una vera e propria costellazione di piccoli gioielli architettonici, i quali tramite il linguaggio delle forme del pensiero olivettiano sanno essere capaci di diffondere una concreta manifestazione di quello stile che permea ogni settore dell'attività aziendale.