

MICROCOSMI LE TRACCE E I SOGGETTI

Se le intuizioni di Adriano Olivetti arrivano a Nord Est

di Aldo Bonomi

Sta tramontando il fascino discreto della borghesia, celebrato nel film cult del '900 del maestro Louis Buñuel. Domenica scorsa, nel Nord Est, mi sono chiesto come sia possibile vedere rinascere il fascino discreto, non dell'impresa, ma addirittura della fabbrica.

Avevo accettato, sollecitato dall'amico Zovico di Venezia, non senza perplessità, di passare un pomeriggio in fabbrica, ad animare una delle iniziative dell'evento "fabbriche aperte nelle Venezia". Perplessità che aumentavano nell'inoltrarmi nella zona industriale di Vittorio Veneto, dove il navigatore non mi indicava la Keyline, cioè la fabbrica a me destinata. Piccola impresa che fabbrica chiavi, con annesso un museo della chiave. Prodotto maturo, mi dicevo, antico quanto l'antropologico abitare e chiudere le case: così le mie perplessità aumentavano. Pensando al maestro di chiavi, il fabbro fondatore Matteo Bianchi che nel 1770 percorreva le valli, partendo dalla magnifica comunità del Cadore, a rinserrare masi e palazzi dei signori.

Ho dovuto ricredermi. Non solo perché una volta arrivato ho appreso che il saper fare chiavi, tramandato di padre in figlio, per opera di Camillo Bianchi subito dopo la seconda guerra mondiale, aveva operato un salto all'impresa con le macchine di duplicazione chiavi, ma ho anche scoperto che la fabbrichetta è leader nella tecnologia delle chiavi auto con transponder,

leader mondiale con altre due competitor e che mi trovo in un'impresa della meccatronica che nel settore delle chiavi automotive fornisce Bmw, Volvo, Kya, Hyundai, Jeep... Con una rete lunga che si distende in 50 paesi. Insomma una piccola startup dell'internazionalizzazione con 150 addetti, il 10% nella R&S e manodopera altamente qualificata con competenza nella meccanica evoluta intrecciata con l'elettronica.

La mia perplessità si è trasformata in entusiasmo quando, di fronte a un pubblico attento, Maria Cristina Gribaudi l'amministratrice unica, con Massimo Bianchi che dirige lo sviluppo tecnologico dell'azienda, ha presentato la filosofia aziendale partendo dallo spirito olivettiano, trasferito dal Piemonte alla pedemontana veneta. L'impresa, sotto la direzione di Maria Cristina, ha portato l'occupazione femminile dal 18% al 38%, rivendicando la piena parità di ruoli e mansioni e realizzando con la Regione un programma di conciliazione tra lavoro, tempi di vita e famiglia, con progetti di welfare aziendale innovativo e investendo nei giovani in rapporto con le scuole del territorio.

Così ho capito perché, aperte le porte delle fabbriche, erano in tanti ad avere "perso" la domenica pomeriggio. Non è avvenuto solo a Vittorio Veneto. Mi risulta che lì vicino, alla centrale Enel di Nove, erano in mille, e hanno segnato il tutto esaurito il tour all'aeroporto di Venezia, all'interporto di Pordenone e al porto di Venezia. Certo, nodi infrastrutturali avanzati del capitalismo delle reti. Ma,



per tornare alle fabbriche, erano in tanti a visitare la triestina Orion Valves, che fa valvole per l'industria petrolifera, o alla Unox di Cadoneghe (Padova), per vedere come si fanno e funzionano i forni da cucina industriali. Altro dall'appello della Lago, che fa mobili di design, letteralmente invasa. La folla da grande evento, l'organizzazione li ha stimati in 10mila, si è diffusa dai grandi poli alle fabbriche già giù sino all'artigiania di Murano, o a vedere come funziona la distilleria di Poli sulla strada statale Marosticana.

Fenomeno che mi interroga sul perché del fascino discreto della fabbrica. Sono cambiati gli imprenditori che hanno aperto le porte. Non è più solo l'orgoglio solipsista del metalmezzadro che contempla il suo capannone simbolo dell'emancipazione dall'agricoltura, o il genio egoista dell'impresa che, guardandosi l'ombelico, dice «ce l'ho fatta» o il rivendicare il fare impresa come un progetto di vita per legittimarsi nel distret-

to e nella comunità locale. Siamo di fronte ad una narrazione, se posso prendere in prestito una terminologia dalla politica, che ha capito che vanno bene il marketing e la pubblicità nel mercato, ma che ci si legittima e ci si rende visibili nella società della comunicazione con le porte aperte al territorio, da cui si parte per andare nel mondo e tornare ancorati a quella comunità locale che alimenta con saperi e competenze il fare impresa.

Comunità locale che, per intenderci, si dilata nella community della realtà aumentata dei social network, che sono terreno di narrazione per migliaia di visitatori, infatti l'organizzazione stima che solo su Facebook siano state più di 100mila le visualizzazioni. È certamente un comunicare andando oltre gli uffici stampa e lo stare sui giornali.

Tanti smanettoni hanno postato la visita in fabbrica, certamente un segnale del nuovo fascino della fabbrica. Per andare oltre, occorre che la fabbrica, la neofabbrica per dirla con Calabrò, entri a pieno titolo nell'immaginario dei giovani smanettoni non solo per visitarla, ma anche per lavorarci, formati nei "licei tecnici" che, come sostiene il presidente Prodi, sono l'evoluzione necessaria dei tanto bistrattati Istituti tecnici. Dopo Open factory verso il territorio sarebbe auspicabile una domenica di open school verso le neofabbriche.

bonomi@aaster.it

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'ESPERIENZA
Il fascino discreto
della fabbrica
che nelle Venezie
si apre alla comunità
territoriale

IL WELFARE
Nell'interpretazione
nuova di antichi saperi,
occupazione femminile
dal 18% al 38%
e tempi per la famiglia