

# L'influenza Olivettiana in Aurora: connessioni e indipendenze tra scrittura meccanica e scrittura calligrafica





<b>1.</b>	
<b>Introduzione</b>	4
<b>2.</b>	
<b>La manifattura Aurora</b>	8
2.1	
Il contesto storico e sociale	13
2.2	
La famiglia Verona	21
2.3	
Consistenza e catalogazione dell'archivio storico	26
<b>3.</b>	
<b>Il know-how di Aurora e l'influenza olivettiana</b>	30
3.1	
Il rapporto con il design	34
3.1.1	
I designers e i modelli che hanno segnato la storia	36
3.1.2	
I disegni e i brevetti	54
3.2.	
Immagine coordinata: grafica e commercializzazione	63
3.2.1	
I bollettini e i cataloghi	76
3.2.2	
Gli espositori	83
3.2.3	
I puntivendita	86
3.3	
Fiere campionarie: partecipazioni di Cesare Verona Senior, Aurora e Olivetti	92
<b>4.</b>	
<b>Giovanni Enriques: tra macchine per scrivere e penne</b>	98
4.1	
Biografia: personalità, relazioni e parentele	99
4.2	
Dall'Olivetti all'Aurora e successiva entrata in Zanichelli	102
4.3	
Editoriale Aurora Zanichelli	109
<b>5.</b>	
<b>Uno sguardo al futuro tra innovazione e tradizione</b>	118
<b>6.</b>	
<b>Considerazioni finali e ringraziamenti</b>	122
<b>7.</b>	
<b>Fonti</b>	126



1901

Gran Prix di Parigi per le macchine per scrivere  
Cesare Verona

# 1.

## Introduzione

<sup>1</sup> Articolo tratto dal Progetto "This MARKETERs Life" il quale vuole raccontare il mondo del marketing e della comunicazione in una prospettiva nuova. B. Todeschini, L'evoluzione della scrittura: la comunicazione nel tempo, 18 novembre, 2016 (<https://www.thismarketerslife.it/stories/levoluzione-della-scrittura-la-comunicazione-nel-tempo/>).

<sup>2</sup> Settimo Torinese come fulcro topografico per la produzione di penne. S. Bertotto, Settimo Torinese una città in punta di penna, Città di Settimo Torinese, 1991.

Il presente documento è tratto da un'accurata indagine svolta principalmente presso l'archivio storico di Aurora; meticoloso studio compiuto nel territorio in cui vivo. Settimo Torinese è un luogo che ha ospitato un numero rilevante di medie, piccole e piccolissime imprese che realizzarono un importante strumento per la scrittura: la penna.

Affrontare la trattazione della storia di Aurora e delle sue penne è un impegno complesso che non può essere affrontato prescindendo da ciò che è già stato pubblicato. Le interessanti opere da tempo diffuse rappresentano senza dubbio un prezioso testo di riferimento che ha contribuito largamente ad una migliore conoscenza del panorama produttivo, tuttavia, benché esauriente e ben documentata, lascia inesplorati molti aspetti del vastissimo panorama Aurora. L'intento di questa ricerca è scovare nodi e relazioni che Aurora ha avuto con Olivetti.

*"La scrittura ha accompagnato l'uomo in tutte le fasi della sua evoluzione. Tutto è iniziato 35 mila anni fa con i graffiti, segni chiamati anche pittogrammi."* La loro particolarità era legata dal fatto che fossero comprensibili da tutti a prescindere dalla lingua parlata (un po' come le emoticons che utilizziamo noi oggi). *"Inizialmente la scrittura è nata come mero aiuto mnemonico: ad ogni disegno veniva associata una parola ben precisa. In questo modo non solo si comunicava, ma si stimolava anche il cervello a pensare, capire e successivamente esprimere un proprio pensiero.*

*L'evolversi della società e della civiltà ha trasformato anche il modo di comunicare. Fino a quel momento i graffiti erano stati scolpiti sulle rocce, ma con il passare del tempo questo modo di comunicare non era più adeguato al nuovo modo di vivere."* <sup>1</sup> Sono gli Egizi a mettere in pratica un nuovo modello di

scrittura: i famosi geroglifici. Databili al 3000 a.C., i geroglifici erano la combinazione di elementi ideografici, sillabici e alfabetici attraverso i quali gli Egizi comunicavano tra loro: potevano essere incisi su qualsiasi tipo di oggetto, dalle statue ai monumenti, dalle tele ai muri dei templi.

La penna è legata al disegno prima ancora che alla parola. Furono i monaci medievali a diffondere per primi l'uso del disegno a penna. I supporti su cui eseguivano i loro disegni erano in genere pergamene di capra, pecora o anche meno robuste come vitello, agnello e capretto. Le penne di cui si servivano erano solitamente penne d'oca. L'uso del computer e una società ultra tecnologica sembravano aver annullato l'interesse per questo straordinario e personale modo di comunicare è ormai accertato invece che, soprattutto tra i giovani, c'è un rinnovato desiderio di scrivere a mano.

In una condizione storica in cui lo "scrivere a mano" tra un pubblico adulto è strettamente legato a piccoli episodi quotidiani come scrivere un promemoria sulla lavagnetta in cucina, annotarsi su un post-it una chiamata di lavoro, compilare un bollettino postale che stranamente non si è già pagato in modalità telematica o ancora in casi, non del tutto quotidiani, apporre la propria firma su un atto di compravendita. Ecco, in un contesto come questo, nel quale tra pochissimi anni dovremmo essere tutti dotati di una firma digitale, è davvero difficile poter immaginare cosa ci sia stato dietro questa strepitosa evoluzione nel distretto della penna.

Obiettivo di questa tesi è esporre un'indagine verticale sulla ditta Aurora, analizzando contestualmente connessioni legate all'influenza olivettiana, a volte unite da personaggi che si sono intersecati e hanno contribuito alle vicende, talvolta grazie a relazioni che sono avvenute, soprattutto sul tema del marketing, tra la scrittura calligrafica e quella meccanica.

L'azienda Olivetti è stata un modello per moltissime aziende e Aurora, insieme ad altre piccole imprese locali, hanno contribuito negli anni, allo sviluppo dell'economia locale. In una cittadina così operaia e contadina, evidenzierò come, Settimo Torinese, divenne la principale fonte di produzione di penne. <sup>2</sup>



1907

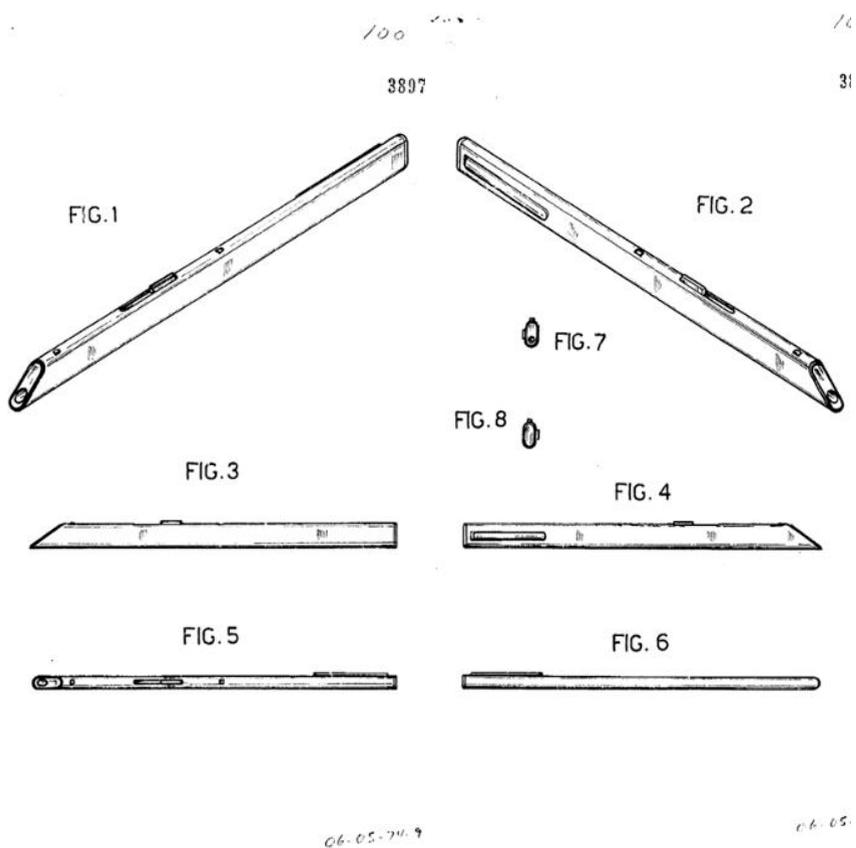
Cesare Verona Sr è sindaco della società "Stearinerie Oleifici Lanza"



1908

Primo Logo Olivetti di Camillo Olivetti

Le vicende di Aurora si dipanano per più di cento anni proprio in questo clima di costante e proficuo intreccio tra attività industriale e connotazioni culturali. Isaia Levi fondò l'azienda con caratteristiche ancora artigianali; successivamente, Giovanni Enriques, collaboratore di Adriano Olivetti, dette ad Aurora una marcata impronta industriale. Franco Verona, infine, impresso all'azienda un rinnovato dinamismo e la portò a contatto con i più avanzati ambienti del design industriale italiano, contiguità dalla quale nacquero Hastil e Thesi, attualmente esposte al Museum of Modern Art di New York.



**Figure 1 e 2**  
 Brevetto Aurora  
 (Data di registrazione  
 10/03/1975)  
 Numero di registrazione  
 38978  
 Codice dell'ufficio  
 di registrazione US  
 Immagine tratta da  
[https://www.tmdn.org/  
 tmview/api/design/image/  
 CA700000000038978-  
 0001-001](https://www.tmdn.org/tmview/api/design/image/CA700000000038978-0001-001)

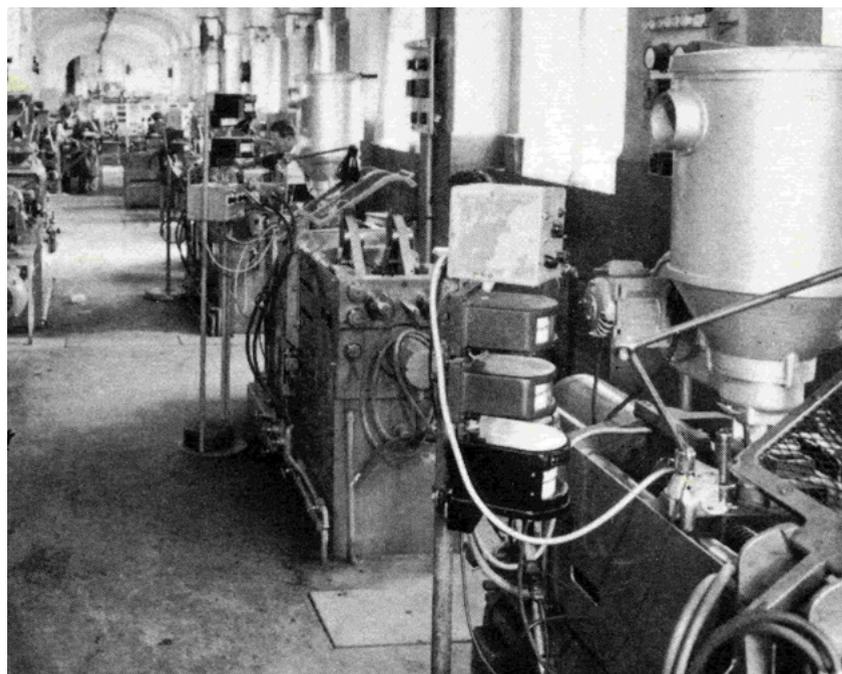
**Figura 3**  
 Manifesto pubblicitario  
 Penna Thesi  
 di Marco Zanuso  
 (1970)  
 Archivio storico Aurora

**Figura 4**  
Laboratorio  
trattamenti galvanici,  
Strada dell'Abbadia  
di Stura n. 200  
(Anni Cinquanta)  
Archivio storico Aurora

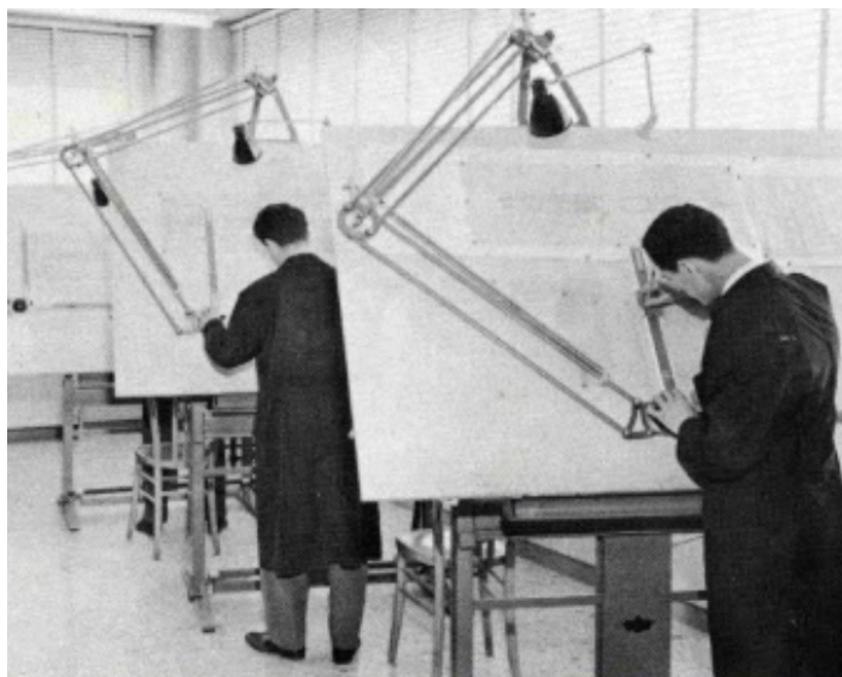


**Figura 5**  
Lavorazione pennini,  
Strada dell'Abbadia  
di Stura n. 200  
(Anni Cinquanta)  
Archivio storico Aurora





**Figura 6**  
Manifattura Aurora,  
strada dell'Abbadia  
di Stura n. 200  
(Anni Quaranta)  
Archivio storico Aurora



**Figura 7**  
Stampaggio,  
Strada dell'Abbadia  
di Stura n. 200  
(Anni Cinquanta)  
Archivio storico Aurora

**Figura 8**  
Progettazione,  
Strada dell'Abbadia  
di Stura n. 200  
(Anni Cinquanta)  
Archivio storico Aurora

Olivetti presenta  
all'Esposizione  
internazionale di Torino  
le prime due macchine  
modello Olivetti M1

<sup>1</sup> Isaia Levi che risiedeva nella zona signorile di corso Vittorio Emanuele II (al n. 44) risultava essere intestatario dei seguenti immobili: via della Basilica nn. 7, 9; corso Emilia nn. 2, 4, 6 e corso Ponte Mosca nn. 29, 31, 33; via Villarbasse n. 32 (cfr. Guida commerciale e amministrativa di Torino, aa. 1924-25, Paravia, Torino 1924).

**Figura 9**  
Estratto dal Registro dei  
Marchi (27 dicembre 1919)  
Archivio storico Aurora  
«Documenti storici»

Mod. E-2

**MINISTERO DELLE CORPORAZIONI**  
DIREZIONE GENERALE DELL'INDUSTRIA  
Ufficio della Proprietà Intellettuale  
Estratto dal Registro dei Marchi  
Marchio N. 18117

Marchio o segno distintivo di fabbrica depositato  
presso la R. Prefettura di Torino  
nel giorno nove del mese di agosto 1919 alle ore 15.30  
da Levi Isaia

residente a Torino

per contraddistinguere: penne a serbatoio, pennini comuni e per penne stilografiche, fermagli, porte-lapis di metallo, rivestiture di metallo per penne a serbatoio, gomma da cancellare, inchiostro ed articoli vari di cancelleria

Trascritto il ventisette dicembre 1919

**"AVRORA,"**

Fig. G. Colasid - Roma (1906)

## 2. La manifattura Aurora

Nell'estate 1919 Isaia Levi avviò la produzione di penne stilografiche nella capitale subalpina, realizzando la prima esperienza industriale del settore in Italia. Franco Negri, giovane ragioniere che convinse Levi ad intraprendere quest'avventura, divenne il primo direttore dell'Aurora. Isaia Levi segue di persona l'attività e le stilografiche si affermano con una certa rapidità a Torino, in Piemonte e in tutto il nord Italia, grazie ad una fitta rete di rivenditori.

Molteplici furono i fattori che portarono l'imprenditore torinese ad investire su questa attività. In quegli anni, a Torino, le conoscenze tecnologiche ed industriali necessarie ad avviare un'attività produttiva di precisione, come quella delle stilografiche, erano giunte ad un buon livello di maturazione e diffusione. Isaia Levi coltivava inoltre un vivo entusiasmo per la realizzazione di nuove imprese, derivato certamente dalla disponibilità di notevoli risorse finanziarie e da un certo clima che caratterizzava il periodo. Un peso non indifferente ebbe il mercato, dal quale provenivano segnali di una sempre maggiore domanda di moderni strumenti di scrittura. Levi destinò alla sua nuova impresa, locali che già possedeva a Torino e precisamente in Via della Basilica ai civici 7 e 9. <sup>1</sup> Costituiti da sei-otto stanze di medie dimensioni, un tempo occupate dai reparti di sartoria dell'azienda di famiglia. Bene si adattavano all'installazione di piccole macchine per la produzione di penne, quali torni, stampatrici, frese e piccoli crogioli di fusione. Data la sperimentaltà dell'iniziativa, Levi costituì un'impresa individuale a cui dette il nome di Fabbrica italiana di penne a serbatoio - Aurora. Se il termine adottato di penna a serbatoio è facilmente comprensibile, in quanto era la traduzione corrente all'epoca del vocabolo inglese fountain pen

impiegato in America e in Inghilterra per definire la penna stilografica, un po' meno intellegibile appare il nome Aurora.

Ad esso, l'industriale torinese poteva attribuire uno o più significati. Poteva, ad esempio, riferirsi alla località ove era ubicato il suo nuovo opificio tessile, il cosiddetto Borgo dell'Aurora, oppure poteva attribuire al termine un significato di speranza, di ottimismo, al pari di quanto avevano fatto, ad esempio, alcuni industriali lombardi di sua conoscenza all'atto della costituzione dei magazzini "La Rinascente"<sup>2</sup>.

Levi iniziò l'attività produttiva assumendo qualche artigiano che aveva maturato esperienza riparando penne. Ispirandosi a modelli stranieri, o anche utilizzando licenze di fabbricazione di case estere, realizzò per alcuni anni prodotti di ebanite nera, con pennino fisso o rientrante e sistema di carica a contagocce. Una parte delle penne fabbricate era inoltre trattata da mastri orafi ed argentieri, che provvedevano a laminarle in metallo prezioso e a decorarle con grande maestria. Osservando a distanza di tempo la produzione realizzata, si può affermare che, nei suoi primi anni di attività, l'Aurora si mosse per soddisfare due segmenti di mercato: l'uno, più corrente, con articoli di buona qualità, ma di modesta finitura; l'altro, più ricercato, con articoli molto sofisticati, soprattutto nell'aspetto esteriore.

L'industriale ebraico, preoccupato per la piega che stavano prendendo gli avvenimenti, nei primi mesi del 1937, costituì delle società anonime entro le quali far confluire successivamente, per conferimento, le proprie principali imprese individuali, compresa l'Aurora. In archivio ho reperito la denuncia di Società Anonime rilasciato dal Consiglio e Ufficio Provinciale dell'Economia di Torino, il quale attesta che in data 10 giugno 1937 viene costituita in Torino, con sede in Via della Basilica 9, la S.A.P.E.M., Società Anonima Penne e Matite.<sup>3</sup> Si fece quindi promotore di questa società parallela, dotata di un capitale sociale minimo, dell'importo di lire 10.000, sottoscritto per metà da Giuseppe Morelli e per l'altra metà da Ubaldo Stefanati, entrambi impiegati, dipendenti di Levi. Fu nominato amministratore unico della neo-costituita società il rag. Attilio Camerini, suo contabile di fiducia.

In questo modo era stata formata con piena validità giuridica un'azienda contenitore capace di emettere certificati azionari nominativi e, soprattutto, al portatore che avrebbero potuto essere intestati, all'occorrenza, a fiduciari di razza ariana e di religione cattolica in grado di costituire la base azionaria necessaria a far proseguire l'attività dell'impresa.

Nell'autunno del 1937, Levi passò alla seconda fase dell'operazione giuridica, conferendo nella neo-costituita SAPEM la propria impresa individuale Fabbrica italiana di penne a serbatoio - Aurora. Il 15 settembre la SAPEM deliberava un aumento del proprio capitale sociale di lire 890.000, portandolo così da lire 10.000 a lire 900.000. A conclusione dell'operazione di conferimento, Levi possedeva 1.800 azioni SAPEM nominative, che avrebbe ben presto trasformato in azioni al portatore. Nel momento in cui il governo avesse adottato delle sanzioni amministrative contro i cittadini di religione ebraica, come in effetti avvenne non molto più tardi, Levi avrebbe avuto la possibilità di trasferire con facilità la proprietà delle sue azioni al portatore, molto più facilmente della titolarità di un'impresa individuale. Purtroppo, una rigida legislazione antisemita non si fece attendere a lungo. Questi provvedimenti in campo economico misero in seria difficoltà il mondo ebraico italiano, in quanto colpivano duramente le loro fonti di reddito. Ognuno di essi cercò allora delle soluzioni personali diverse. Chi abiurò e si convertì al cattolicesimo, chi abbandonò l'Italia migrando all'estero in cerca di miglior fortuna, chi rimase nella speranza di un capovolgimento nella situazione. Levi fu uno di quegli ebrei che aderì alla chiesa cattolica e così dall'inverno del 1939 sino a quello del 1943 allorquando, con la venuta dei tedeschi, la situazione si fece difficile anche per gli ebrei convertiti, continuò a gestire in prima persona i propri affari, compresa la SAPEM. Gli accresciuti volumi di produzione degli ultimi esercizi avevano già posto alla direzione dell'Aurora il problema di reperire dei locali più adatti, soprattutto più ampi e meglio strutturati, ove trasferire tutta l'attività, da quella produttiva, a quella commerciale, a quella amministrativa.

<sup>2</sup> E. Papida, *La Rinascente*, Il Mulino, 2005.

<sup>3</sup> ANDT, Notaio Silvio Mandelli, rep. n. 6440, 10 giugno 1937, Costituzione di Società Anonima. Si veda anche: Tribunale di Torino, Ufficio Società, Atti sociali SAPEM, reg. n. 136, fasc. n. 2424; ASA, Verbali delle Assemblee (d'ora in poi VA), 10 giugno 1937, vol. 1<sup>^</sup>, pp. 1-10.

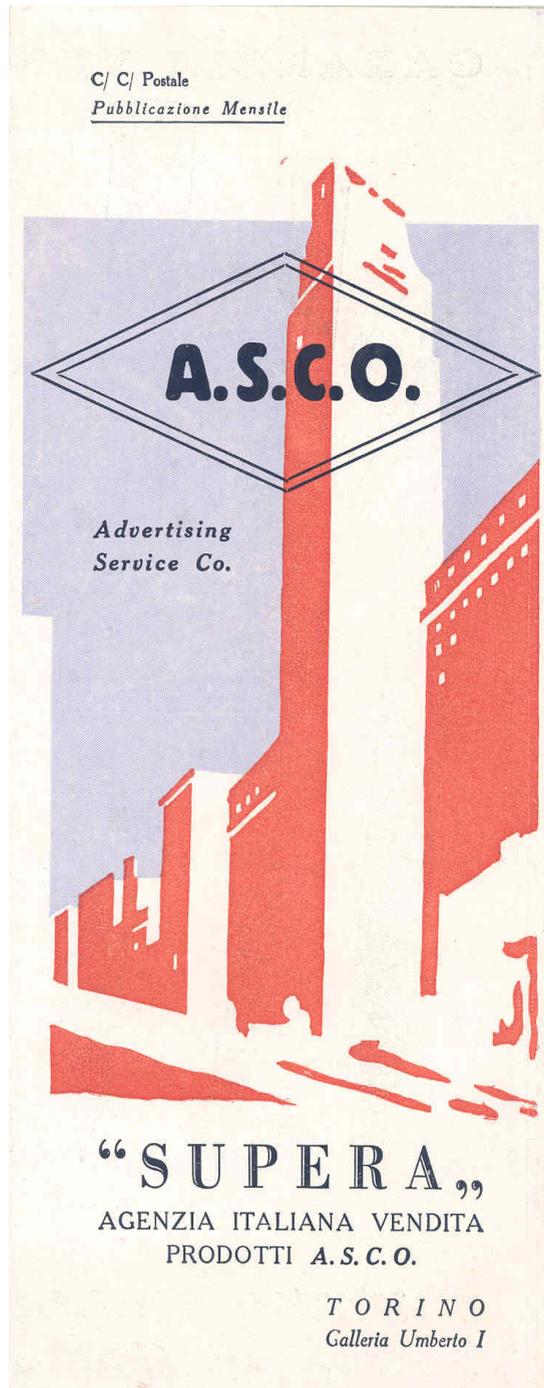
1911

Olivetti vince la prima importante commessa di 100 macchine per il ministero della Marina

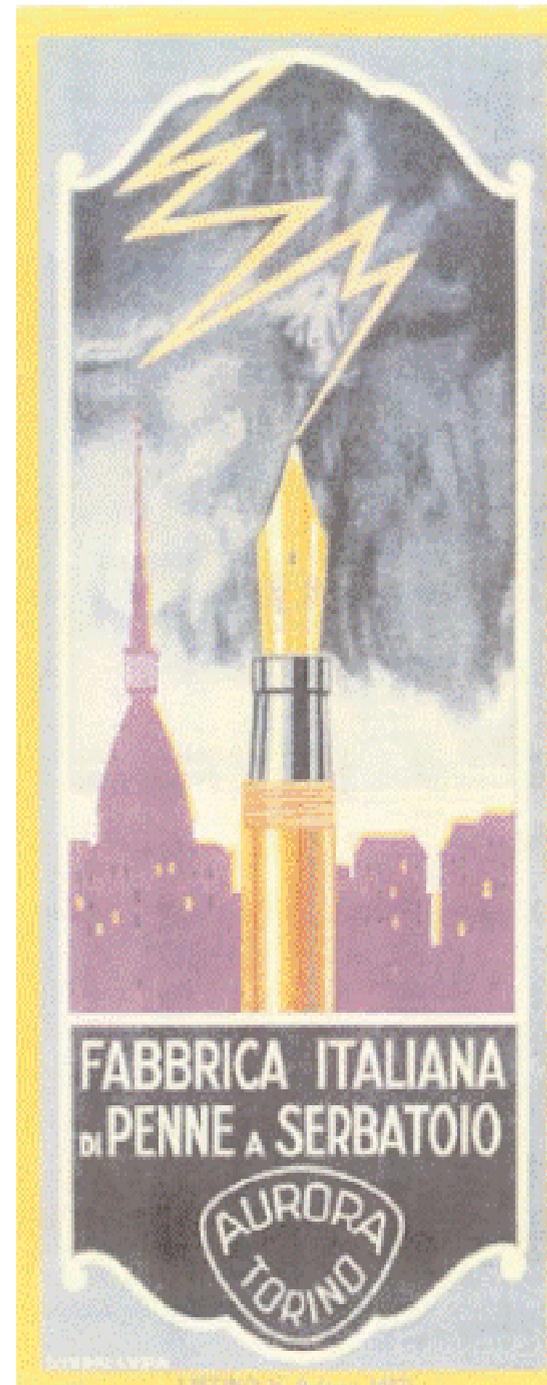
1912

Olivetti si assicura anche una grande commessa per il ministero delle Poste e Telegrafi

**Figura 10**  
Copertina pubblicazione  
mensile penne A.S.C.O.  
Sezione propaganda  
"Supera"  
(Luglio 1932)  
Archivio storico Aurora



**Figura 11**  
Concorso Aurora,  
R.A.  
(1926)  
Archivio storico Aurora



**Figura 12**  
Listino prezzi  
"Fabbrica Italiana  
di Penne a Serbatoio  
Aurora Torino"  
(1927)  
Archivio storico Aurora





NERO FISSO



ROSSO



NERO COPIATIVO

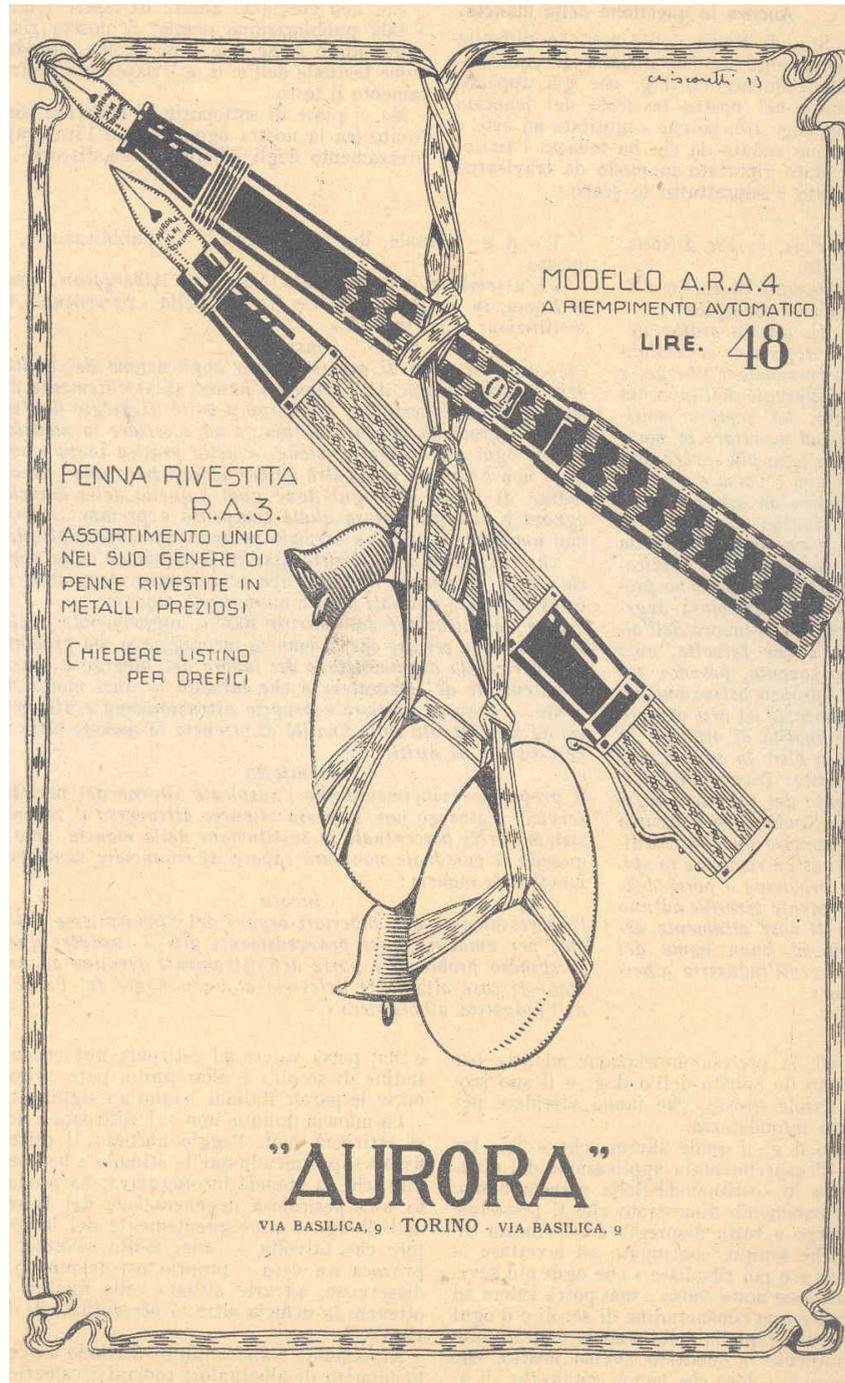


Figure 13, 14 e 15  
Inchiostri Aurora tratti da  
catalogo prodotto dallo  
Stab. Graf. A. Avezzano-  
Torino  
(Anni Venti)  
Archivio storico Aurora

Figura 16  
Bollo a tergo  
Penna Novum  
(Anni Trenta)  
Archivio storico Aurora

Figura 17  
Prima pagina catalogo  
A.R.A. 4  
(Anni Venti)  
Archivio storico Aurora



1919

Aurora introduce la linea  
"Olo"

<sup>4</sup> Cfr. E. Olivero, L'Abbadia di S. Giacomo di Stura, in "Torino", a. IX (1929), n. 11, pp. 836 ss. Una approfondita ricerca storica sulla badia, seguita da alcune proposte per il suo recupero architettonico, artistico e per una sua fruizione pubblica, è stata effettuata da G.M. Lupo, M. Maffioli, F.T. Mazzoleni, L. Re e pubblicata con il titolo: Abbadia di Stura: appunti sulla storicizzazione, a scala urbana ed edilizia, di un'area periferica del Comune di Torino, in "Studi Piemontesi", a. V (1976), fasc. II, pp. 233-244, con inserto iconografico di pp. 4.

Nell'estate del 1942, sentendo l'esigenza di trasferire le attività dal centro storico, sempre più soggetto a pesanti bombardamenti, in una zona periferica o addirittura, esterna alla cinta daziaria della città, Levi, in una riunione del consiglio del 10 luglio 1942, proponeva di acquistare un edificio già esistente, situato all'Abbadia di Stura, strada dell'Abbadia di Stura n. 200, attualmente occupato dalla Ditta Mercandino, che produce copertoni impermeabili e tele cerate. <sup>4</sup> Si trattava di un opificio industriale facente parte integrante del complesso dei fabbricati dell'antica Abbadia di S. Giacomo di Stura e posto ad est rispetto al cuore dell'abbazia stessa, rappresentato dalla chiesa e dal chiostro.

L'opificio in questione doveva essere ampiamente ristrutturato e, al fine di acquisirlo e riadattarlo, Levi chiedeva di ratificare un aumento di capitale della SAPEM da lire 900.000 a lire 2.000.000, aumento che sarebbe stato sottoscritto integralmente da lui stesso.



**Figura 18**  
Stabilimento Aurora,  
(Luglio 1964)  
Archivio storico Aurora

Nell'autunno del 1943, furono bombardati i vecchi locali in Via della Basilica, dove si svolgeva ancora l'attività produttiva dell'Aurora nell'attesa di trasferirla nel nuovo stabilimento.

Il vice-presidente rag. Francesco Pepino illustrava agli azionisti, nel corso dell'assemblea ordinaria del 24 marzo 1944 riunita per l'approvazione del bilancio al 31 agosto 1943, il clima che si era determinato dopo il bombardamento. Interrotta, o ridotta al minimo la lavorazione, ogni sforzo fu diretto a salvare quanto era possibile dalla sede colpita: macchine, attrezzi, magazzini, prodotti finiti, materiale d'ufficio, e a trasferire con mezzi di fortuna, ogni cosa all'Abbadia di Stura, ed anzi, per quel che riguarda il materiale grezzo infiammabilissimo, in luogo più decentrato e più sicuro. A fine anno del 1943, Aurora riprese la produzione nei nuovi locali.

Dopo la Liberazione, Levi non tornò a Torino; glielo impedirono i suoi ottantadue anni e il procedimento di epurazione dal CLN regionale in quanto membro del senato durante il regime fascista. A sanzionare definitivamente questo suo distacco dalla città natale, nel luglio 1945 inviò al consiglio di amministrazione della SAPEM una lettera di dimissioni sia dalla carica di presidente sia da quella di consigliere.

Nell'assemblea ordinaria del 14 novembre 1945 gli subentrava quale consigliere l'ingegner Giovanni Enriques, un bolognese che risiedeva ad Ivrea, ove lavorava presso l'Olivetti e che era legato al Levi da una stretta parentela. Mi addentrerò in questa figura successivamente, in quanto, non a caso, ne ho dedicato un intero capitolo.

Di lì ad un anno, Enriques avrebbe sottoscritto integralmente e in proprio l'aumento del capitale sociale della SAPEM a 12 milioni di lire, divenendo così l'azionista detentore della maggioranza assoluta del capitale. Isaia Levi scomparve, all'età di ottantasei anni, nel 1949 a Roma.

Figura di grande rilievo in quegli anni e nei successivi, fu il direttore tecnico, l'ingegner Aldo Torchi, che fu un riferimento per amministratori e operai. Uomo di grande esperienza e capacità tecnica, fu uno dei principali interlocutori con grandi designers che contribuirono in quegli anni ai progetti Aurora.

# 2.1

## Il contesto storico e sociale

La storia della penna stilografica è indissolubilmente legata a quella dei vari sistemi che nel corso degli anni sono stati ideati per effettuare il caricamento dell'inchiostro. Nei primi anni del Novecento tutti i produttori di penne facevano a gara per introdurre nuovi sistemi di caricamento, spesso complicati e poco funzionali.

Fu tra gli anni Venti e l'inizio del decennio seguente che a Settimo Torinese, gli operatori più intuitivi, si resero conto delle grandi potenzialità di espansione che andava rilevando il settore della penna stilografica. Il mercato italiano, dominato dai prodotti di importazione, presentava ottime capacità di assorbire una più elevata produzione nazionale. Intorno al 1935, dopo il lungo periodo di recessione dei primi anni Trenta, si comprese a pieno che la stilografica stava effettivamente incontrando il favore di nuove fasce sociali. Era stata la prima Guerra Mondiale a rendere popolare la penna stilografica in tutta Europa, precedentemente aveva avuto successo soltanto in America dove, a fine Ottocento, erano stati registrati parecchi brevetti ed erano sorte le prime fabbriche.

Oltre oceano, le prime stilografiche venivano già utilizzate da studenti, mentre in Europa era ancora in mano a pochi privilegiati, tra cui uomini d'affari, professionisti e ricchi in genere. Questi ultimi costituivano una clientela dai gusti difficili che non puntava semplicemente al prodotto affidabile, ma anche ad un bell'oggetto, raffinato, elegante e spesso personalizzato con nomogrammi o stemmi contenuto in astucci di valore.

Negli uffici e nelle aule scolastiche continuavano a primeggiare le comuni cannuce con il pennino da intingere nel calamaio. Prima del conflitto mondiale le più importanti imprese di penne stilografiche erano tutte statunitensi, tra cui Waterman di New York, Parker di Janes Ville nel

Wisconsin, Conklin, Sheaffer e poche altre. In Europa, i principali produttori erano inglesi, tedeschi e francesi.

Negli anni del conflitto, i modelli di stilografica che uscivano dalle fabbriche di Settimo, erano davvero limitati. Il più comune era quello con il serbatoio in gomma, compresso da una sottile lamina metallica, onde consentire il caricamento dell'inchiostro per mezzo di un pulsantino accessibile, svuotando il cosiddetto fondello. Le varianti non riguardavano mai i criteri funzionali della penna, ma soltanto il suo aspetto esteriore, vale a dire la linea e le finiture in materiali di alcuni componenti. Qualche modello aveva il pennino d'oro, il fermaglio metallico poteva assumere varianti forme ed essere applicato al cappuccio con differenti tecniche, il fondello veniva generalmente realizzato in celluloido oppure in bachelite. Alcune stilografiche erano prodotte in tre versioni accanto al modello classico o gigante; esistevano il tipo medio e quello per signora, e a quest'ultimo, più piccolo degli altri due, mancava sovente il fermaglio sostituito da un elegante fiocchetto.

La guerra aveva improvvisamente aperto nuovi mercati mentre notevoli sforzi venivano compiuti per giungere ad un prodotto di qualità perfezionando e semplificando le parti funzionali della penna: l'alimentatore, il cappuccio a prova di perdita, il sistema di caricamento dell'inchiostro e il pennino.

Con l'arrivo dei soldati americani in Europa, sono state conosciute la cosiddetta Fountain pen e la trench pen della Parker. Tornata la pace anche in Europa era iniziata una produzione su ampia scala, benché la produzione della penna risultasse ancora lontana dai livelli di oltre oceano. In Italia, fra mille difficoltà di ordine tecnico ed economico, erano sorte le prime fabbriche di stilografiche.

L'origine dei primi articoli per la scrittura, a Settimo, nasce appunto da numerosissimi laboratori sorti durante il secondo conflitto mondiale. Molti divennero piccole fabbriche e altri divennero aziende di maggiori dimensioni, le quali dopo le prime esperienze di lavorazione dell'avorio, galatite ed altri materiali, approdarono alla stilografica in cellulosa.<sup>5</sup>

È permesso chiedersi nel 2022 cosa possa significare citare l'avorio, la galatite e la cellulosa, ma l'origine delle

1920 

Aurora inizia la collaborazione con Carlo Biscaretti di Ruffia

<sup>5</sup> La storia del distretto della penna di Settimo parte dai bottoni. Come racconta Silvio Bertotto nel volume *Settimo Torinese. Una città in punta di penna*, Giovanni Antonio Pagliero nel 1837 era registrato come "fabbricante di anime", cioè della parte centrale dei bottoni che lui realizzava nel proprio laboratorio con diversi materiali (osso, avorio, tartaruga, legno o metallo). S. Bertotto, *Settimo Torinese una città in punta di penna*, Città di Settimo Torinese, 1991.

**Figura 19**  
Isaia Levi  
(Anni Trenta)  
Immagine tratta da  
[https://upload.wikimedia.org/wikipedia/it/5/5f/Isaia\\_Levi.gif](https://upload.wikimedia.org/wikipedia/it/5/5f/Isaia_Levi.gif)



**Figura 20**  
Pubblicità Aurora  
a cura di Biscaretti  
(Anni Venti)  
Archivio storico Aurora

**Figura 21**  
Immagine dei padiglioni  
espositivi Aurora  
all'Esposizione  
di Torino  
e alla Fiera Campionaria  
di Milano  
(1928)  
Archivio storico Aurora

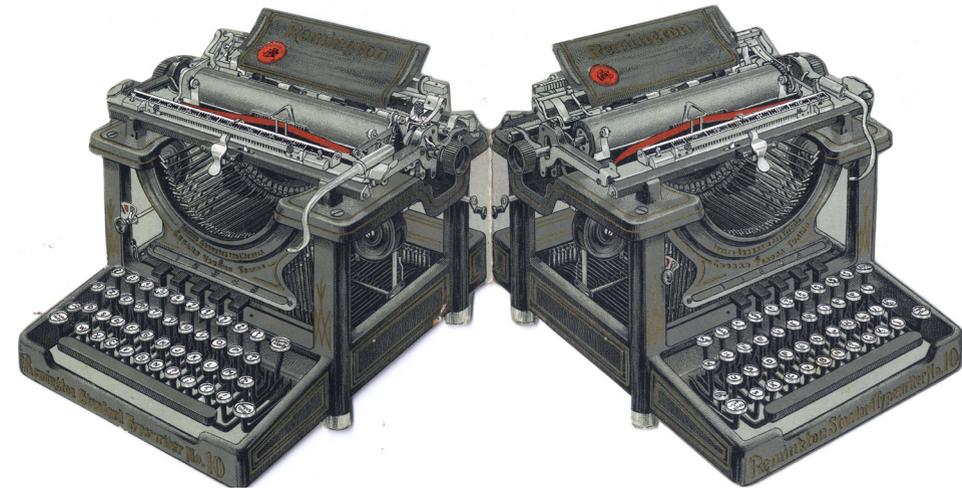




Figure 22 e 23  
Bigliettini da visita  
Cesare Verona Sr  
(Anni Venti)  
Archivio storico Aurora

Figura 24  
Bottega macchine  
per scrivere Remington  
a Bari  
(1921)  
Archivio storico Aurora

Figura 25  
Biglietto da visita  
Cesare Verona Sr  
con sagoma macchina per  
scrivere Remington  
(Anni Venti)  
Archivio storico Aurora

Figura 26  
Cesare Verona Sr  
(1911)  
Archivio storico Aurora

<sup>6</sup> Nuova Enciclopedia  
Popolare ovvero Dizionario  
Generale di Scienze, Lette-  
re, Art, Storia, Geografia,  
ecc. ecc., Torino, vol. X,  
1848, p.224.

**Figura 27**  
Illustrazione di Giovanni  
Bianco, pag. 216,  
Bertotto S., 1997,  
Lavorare a Settimo,  
Mestieri e attività della  
tradizione,  
Città di Settimo Torinese,  
Biblioteca civica "C. Gasti",  
Settimo Torinese, Italia



«L'ossaio fa i minuti lavori è un'infinità di piccoli oggetti d'osso e anche di tartaruga, d'avorio e di legno; i gettoni di tric-trac e del giuoco della dama, i pezzi pegli scacchi, tabacchiere d'osso ed anche di cartone, di tartaruga, d'avorio o di legno; pettini d'ogni sorta, lanterne tascabili, ecc.» <sup>6</sup>

penne è strettamente relazionata allo sviluppo di tali materiali, utilizzati negli anni Quaranta per la realizzazione di bottoni. Bottoni e minuterie inizialmente erano realizzati prevalentemente in osso, ma con la scoperta di nuovi materiali, gli imprenditori settimesi, ebbero una giusta intuizione al momento giusto. Al momento dell'inserimento di nuovi materiali come l'avorio, la galatite e la madreperla, si registra l'inserimento della realizzazione di penne stilografiche, per poi arrivare, successivamente, a penne a sfera, refills e penne a feltro.

La storia del distretto della penna di Settimo parte dai bottoni; il laboratorio dei Pagliero svolge un ruolo che si può definire quasi pionieristico poiché, fino ad allora, le tecniche di tornitura dell'osso avevano avuto scarsa diffusione in Italia. È un dato incontestabile che la lavorazione dell'osso e di altri materiali affini, come il corno e l'unghia, trovarono le condizioni migliori per diffondersi e svilupparsi in varie zone della penisola. Il nuovo tipo di bottone si affiancò ai modelli tradizionali in metallo, quelli con l'anima di legno duro (pero, quercia, frassino, ecc.). L'enciclopedia Popolare, edita in Torino da Giuseppe Pomba a partire dal 1842, presentava il mestiere dell'ossario come colui che si occupava di una quantità di piccoli oggetti, la cui costruzione, appartiene in parte alle arti dell'ebanista, dell'intarsiatore e del tornitore.

Dalla fabbricazione dei bottoni, i Pagliero passarono a molti altri tipi di minuterie in osso. Verso il 1912, però, i bottinifici cominciarono ad andare in crisi e i Pagliero decisero di diversificare la produzione utilizzando i nuovi prodotti artificiali da lavorare al tornio: l'ebanite e la galalite. Nel 1928 con la galalite iniziarono a produrre anche i portamine. Nel frattempo, a Settimo cominciarono a fiorire tante piccole boite che producevano portamine in maniera artigianale, spesso in casa, con l'aiuto di tutta la famiglia. Dai portamine alle penne stilografiche il passo fu breve. Nel 1944 Settimo Torinese aveva decine e decine di piccoli laboratori artigianali. Con un piccolo tornio in casa e tante mani grandi e piccole a disposizione, non era difficile produrre penne e montarle velocemente. Se ne producevano migliaia al giorno ed erano destinate per la maggior

parte al mercato del lusso che passava da Milano per arrivare in tutta Europa, soprattutto nella Germania nazista, dove i tedeschi diventarono presto i migliori clienti dei "piumisti"<sup>7</sup> settimesi. Nei laboratori artigianali trovavano un'occupazione anche ragazzini, talvolta soltanto per brevissimi periodi di tempo, senza libretto di lavoro. terminate le scuole i ragazzi di Settimo aspiravano ad essere assunti in una delle officine meccaniche che c'erano in paese così potevano impadronirsi di un mestiere ritenuto di sicuro avvenire.

Su scala locale, il secondo conflitto mondiale fece registrare una svolta tanto improvvisa quanto radicale per l'intero settore della stilografica. Dopo qualche momento di incertezza, cessate le importazioni di prodotti esteri, le ditte esistenti ebbero modo da rafforzarsi, ritagliandosi nuovi spazi nel mercato della penna, ma il loro numero comincia a crescere al di là di ogni ottimistica previsione. Il fenomeno di penne particolarmente perspicuo fu col secondo anno di guerra, sul finire della 1941 e ancora di più quando le truppe tedesche occuparono la penisola. Fu proprio allora che Settimo Torinese cominciò ad emergere quale centro di produzione della penna. Fino a quel momento, ad esclusione della ditta Pagliero che poteva vantare una produzione di tipo industriale e fare affidamento su una estesa rete di vendita nel territorio nazionale e colonie, le altre erano semplici laboratori artigianali con un ridotto numero di dipendenti ed una limitata capacità produttiva. Tutto ciò mentre il paese era pieno di sfollati, scarseggiavano le materie prime e si viveva sotto la minaccia costante dei bombardamenti aerei. Fu un'autentica frenesia collettiva quella che si impadronì in quegli anni dei settimesi e gli indusse a riporre nella penna le più intime speranze di miglioramento economico. Non era mai accaduto che tanta gente si lanciasse in un'attività produttiva e commerciale senza la minima esperienza specifica. Molti, avevano visto la stilografica solo nelle vetrine dei negozi torinesi. Nessuno a Settimo fu in grado di cogliere i motivi che stavano alla base della crescente richiesta di stilografiche. Ancora oggi, ben pochi sanno fornire una convincente spiegazione del fenomeno.

Nel dopoguerra, finite le lucrose commesse germaniche,



1920

Si svolge  
la prima fiera campionaria,  
organizzata da un ente  
apposito,  
il regio  
Ente Autonomo Fiera  
Internazionale di Milano

<sup>7</sup> La definizione di piumisti, successivamente divenuto "Pennaioli settimesi" deriva da chi, un tempo, preparava e vendeva le penne d'oca per scrivere. Dizionario online tratto da: Grande Dizionario Italiano di Gabrielli Aldo. Dizionario della Lingua Italiana. Editore: HOEPLI pennaiolo [pen-na-iò-lo] o pennaiuolo ([https://www.grandidizionari.it/Dizionario\\_Italiano/parola/P/pennaiolo.aspx](https://www.grandidizionari.it/Dizionario_Italiano/parola/P/pennaiolo.aspx))



1923

**Carlo Biscaretti di Ruffia**  
realizza la campagna  
pubblicitaria per Aurora

il distretto della penna di Settimo entrò in sofferenza. Qualche azienda che produceva penne stilografiche di alto livello rimase attiva (c'era anche chi realizzava cappucci dai bossoi d'ottone), ma la maggioranza cessò l'attività. La scarsità di capitali si faceva maggiormente sentire, impedendo l'adozione di attrezzature e macchinari più moderni, il che implicava l'aumento degli orari e intensificazione dei ritmi di lavoro per garantire una produzione quantitativamente accettabile. Il fenomeno coinvolgeva sia i titolari che i dipendenti dei laboratori che trascorrevano le giornate al tornio a stretto contatto.

La ditta Pagliero produceva diversi modelli di stilografica col pennino in acciaio e in oro da non sfigurare rispetto agli articoli di aziende affermate come l'Aurora. Vi erano poi le matite in galalite, altrettanto belle, composte da stilografica e matita a mina scorrevole. Il settore produttivo della ditta era fornito di una ragguardevole attrezzatura, notevolmente superiore per concezione e capacità lavorativa al macchinario delle altre aziende locali. Lo stabilimento di Luigi Pagliero disponeva di macchine semiautomatiche con torrette girevoli portautensili e rispetto ai torni semplici, il grado di precisione risultava sensibilmente migliore.

Commercianti e grossisti che operavano perlopiù a Milano ordinavano le stilografiche ai produttori e in certi casi si applicava un marchio e poi le distribuivano ai dettaglianti. Ogni partita comprendeva poche migliaia di pezzi, al massimo 10 e 20 mila che per i laboratori settimesi si trattava di quantitativi rilevanti. Ben formatosi, il gruppetto di venditori e di procacciatori di affari, trafficavano in proprio, per conto delle aziende, cercando di promuovere lo smercio delle stilografiche di fabbricazione settimese. Il loro punto di ritrovo era "L'albergo dell'angolo" nel centro del paese ora Via Italia numero 47. Dopo l'armistizio dell'8 settembre 1943, con l'occupazione della penisola, i tedeschi inclusero anche le stilografiche e più in generale gli articoli di cancelleria fra i prodotti da rastrellare in Italia per inviarli nel Reich. Le periodiche esportazioni rientravano nei piani di sfruttamento del potenziale economico italiano, non soltanto per sostenere lo sforzo bellico della Germania,

ma per sopperire alle esigenze della popolazione civile, danneggiata dalle incursioni aeree sulle città tedesche. Durante il restante corso della guerra, fra l'autunno del 1943 ed i primi mesi del 1945, furono effettuati massicci trasferimenti di merci, dai bottoni alla biancheria, dalle calzature alle spazzole, dalle pipe agli ombrelli, senza contare le materie prime, le derrate agricole, le macchine utensili e gli autoveicoli.

I settimesi continuarono a portare le penne nel capoluogo lombardo o ad affidarle ai soliti procacciatori di affari i quali come di consueto le consegnavano ai grossisti milanesi. Questi ultimi però le cedevano agli occupanti soltanto nel caso di forniture abbastanza consistenti; i produttori potevano arrivare ai tedeschi senza intermediari, scavalcando sia i trafficanti locali sia i grossisti di Milano, al fine di realizzare maggiori guadagni.

Le prime avvisaglie di un cambiamento di tendenza si manifestarono sul finire del 1944. Molti artigiani si resero conto che il periodo d'oro della penna settimese stava declinando. La vera crisi esplose soltanto l'anno seguente, quando i tedeschi incalzati su ogni fronte degli eserciti alleati, cominciarono a ritirare meno merce. In una situazione che preludeva al crollo finale, ben pochi convogli riuscivano a sfuggire all'aviazione angloamericana e a giungere a destinazione nel Reich, ormai ridotto a cumuli di macerie. Grossisti e trafficanti milanesi ridussero gli acquisti di stilografiche. Si videro allora i piccoli produttori di Settimo tornare dal capoluogo lombardo con i valigioni colmi di merce invenduta. Intanto la materia prima stava scomparendo dal mercato e i fornitori non offrivano che celluloidi di scadente qualità, non essicata a sufficienza, troppo malleabile e difficile da tornire. Prima che la guerra terminasse, diversi laboratori cessarono l'attività; non riuscendo a prendere atto della mutata realtà di mercato, alcuni invece preferirono accumulare la merce in magazzino anziché cederla con utili minori, sperando che la situazione potesse nuovamente cambiare. Nella primavera del 1945 non ci fu più modo di sottrarsi alla crisi; uno dopo l'altro a decine di laboratori di stilografiche cominciarono a chiudere. Coloro che avevano la possibilità di tornare al lavoro dopo la guerra o di dedicarsi

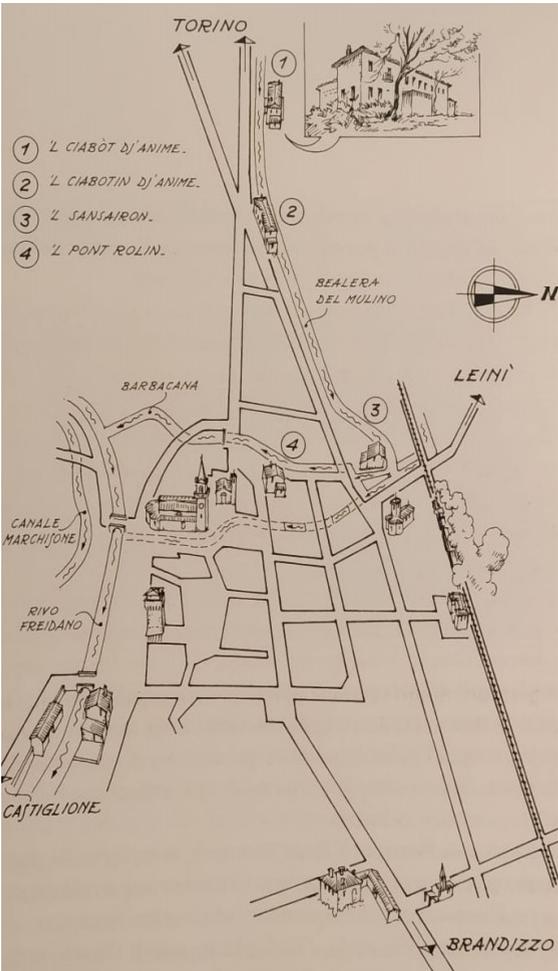


1924

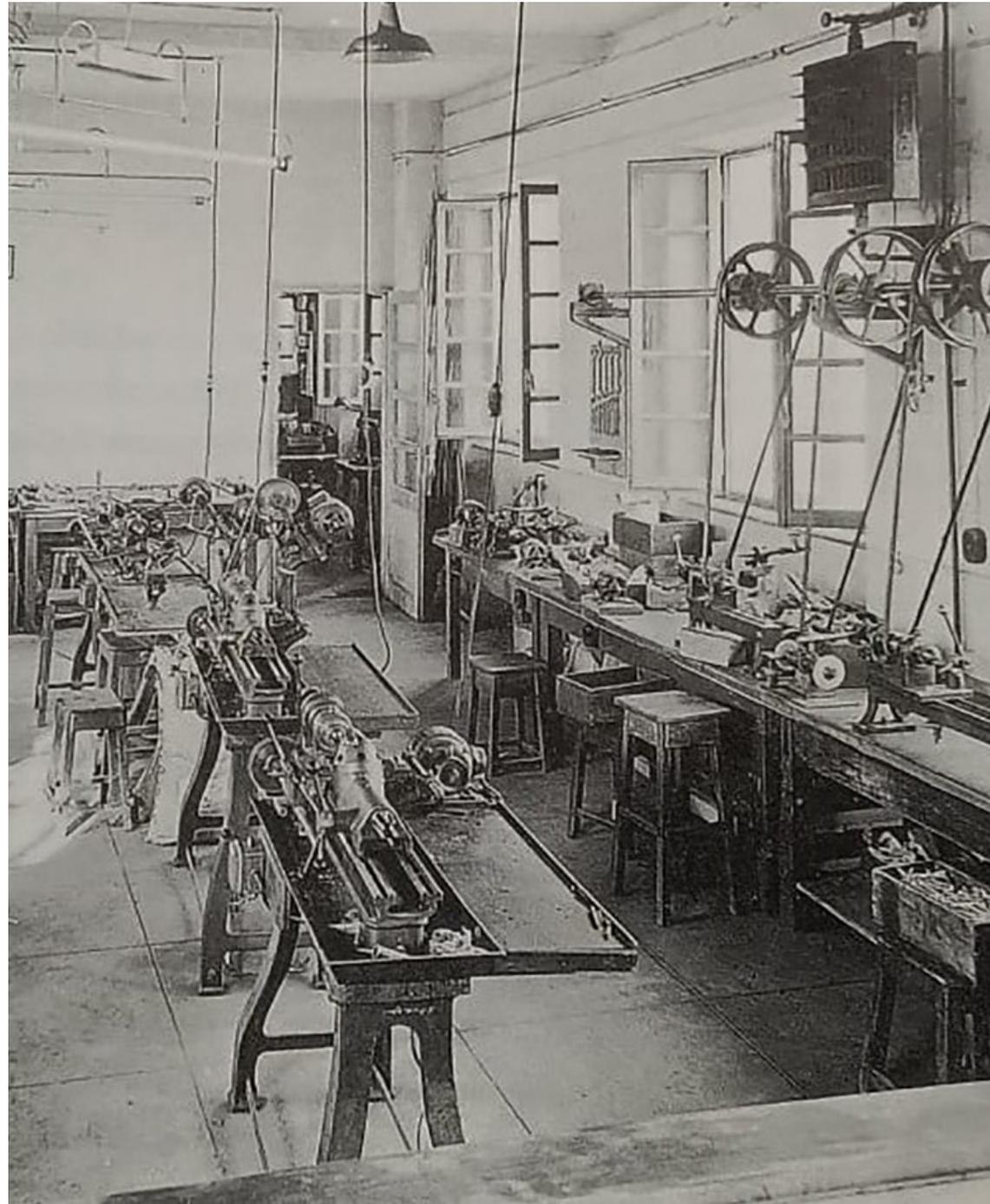
**Adriano Olivetti,**  
all'età di 23 anni,  
entra in fabbrica al  
bancone, tra gli  
apprendisti



**Figura 28**  
 Edificio attuale che ospitò  
 il Bottonificio Pagliero dalla  
 fine del 1800  
 (2022)  
 Via Roosevelt angolo Via  
 Italia  
 Settimo Torinese  
 Immagine realizzata da  
 Mara Miceli



**Figura 29**  
 Illustrazione  
 di Giovanni Bianco,  
 pag. 216, Bertotto S., 1997,  
 Lavorare a Settimo,  
 Mestieri e attività della  
 tradizione, Città di Settimo  
 Torinese,  
 Biblioteca civica "C. Gasti",  
 Settimo Torinese, Italia



**Figura 30**  
 Stilotecnica Pagliero:  
 uno dei reparti di  
 produzione attrezzato  
 con macchinari già in uso  
 durante il periodo bellico  
 (Anni Sessanta)  
 Archivio stilotecnica Paglie-  
 ro, Torino

Aurora inizia a produrre penne pubblicitarie per il mercato promozionale di alcune delle più importanti aziende dell'epoca, tra cui: Fiat e Isotta Fraschini

ad un'attività diversa non esitarono, uno ad uno abbandonarono tutto e cambiarono mestiere. Almeno il 50% dei piccoli artigiani uscì immediatamente dal settore, un altro 20% si ritirò poco dopo, nel volgere di qualche mese. L'inflazione, spinta dall'emissione delle amlire del governo militare alleato, galoppava, mentre cresceva la disoccupazione e prosperava il mercato nero. Solo le ditte di vecchia origine, le quali non avevano perso tutti i clienti di un tempo, potevano obbiettivamente sperare di uscire quasi indenni dalla crisi.

Il rilancio della penna settimese comportò il superamento di varie difficoltà; gli operatori locali dovettero guadagnarsi la fiducia degli acquirenti e lottare per ritagliarsi un proprio spazio nel mercato degli articoli per la scrittura. In varia misura gli operatori locali si dimostrarono consapevoli della necessità di offrire agli articoli migliori al pubblico il rinnovamento dei prodotti. Nel complesso però nonostante gli indiscutibili progressi, l'industria locale della penna permaneva ad uno stadio tipicamente artigianale.

Il modello di penna che più influenzò, nel dopoguerra, le scelte estetiche dei produttori settimesi fu la Parker 51, una stilografica in plexiglass progettata da László Moholy-Nagy già esponente del Bauhaus, scuola di arte e di design ideata da Walter Gropius, che operò in Germania dal 1919 al 1933, nel contesto storico-culturale della Repubblica di Weimar con sede a Weimar dal 1919 al 1925, successivamente a Dessau dal 1925 al 1932, e a Berlino dal 1932 al 1933 quando chiuse perché invisa al nazismo. Lanciata nel 1940,

la Parker 51 risentiva della tendenza a geometrizzare le forme per renderle essenziali.

L'originalità risiedeva nell'assoluta mancanza di monumentalità, di decorazioni e di qualsiasi voglia ad appesantimento che potesse rompere la purezza delle sue linee. Sebbene abbia un posto nella collezione di design del Museum of Modern Art, Lazlo Moholy-Nagy lo ha trovato degno di lode perché è anche uno degli strumenti di scrittura più robusti e pratici di sempre.

La Parker 51 rimase un best-seller per decenni e alcuni si spinsero a riprodurla integralmente, o quasi, al punto che il distributore italiano della Parker dovette ardire le vie legali per bloccare quelle che a tutti gli effetti si presentavano come contraffazioni.<sup>8</sup> Fortunatamente l'accaduto non vanificò gli sforzi che la maggioranza dei produttori locali di penne stava compiendo per trovare soluzioni tecniche ed estetiche sempre più raffinate, da fare apprezzare gli articoli di Settimo, in Italia e altrove.

Iniziò un lento lavoro di penetrazione in mercati sconosciuti utilizzando tutti i canali possibili per conquistare la fiducia di potenziali clienti che nulla sapevano di Settimo Torinese; i produttori settimesi confidavano nella qualità e nella concorrenzialità degli articoli, oltre al fascino del design italiano. In questo contesto, come approfondiremo nei capitoli successivi, Aurora si configura solida e crescente e dopo la fine della Guerra Mondiale, come già descritto, si trasferisce nella sua sede attuale sulla Strada Comunale da Bertolla all'Abbadia di Stura, 200, 10156 a Torino.

<sup>8</sup> D. Shepherd e M. Shepherd, *Parker "51"*, Surrenden Pens Limited, 2004.

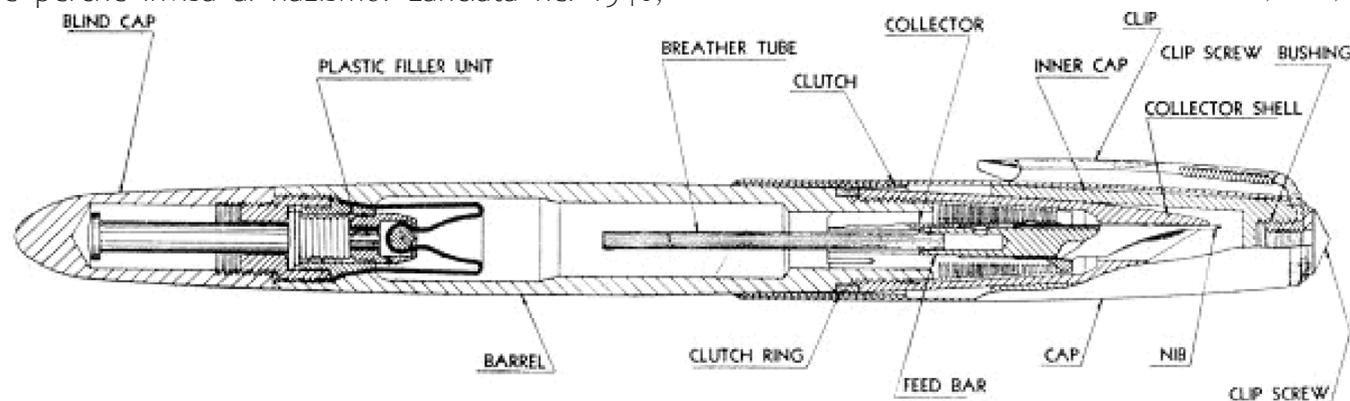


Figura 31  
Sezione Parker 51,  
(1947)  
Manuale di riparazione  
Parker

# 2.2

## La famiglia Verona

La famiglia Verona si occupa di scrittura sin dal 1889 quando Cesare Verona Sr, ottenuta in America la licenza di vendita dall'azienda di macchine per scrivere Remington, apre una ditta individuale di rappresentanza che sarà attiva sino all'avvento della Seconda Guerra Mondiale. Verona, dal piccolo ufficio di Via Ospedale 14 a Torino, arriva nel giro di pochi anni ad aprire oltre cento tra filiali e depositi in Italia. Presto l'ufficio si sposta in Via Carlo Alberto 20 (a una quindicina di minuti a piedi dal luogo in cui sorgerà la prima sede della Manifattura Aurora) dove rimarrà per oltre cinquant'anni affiancato nel tempo dal magazzino, un'officina di riparazione in Corso Moncalieri 23.

Cesare Verona Sr non si limita alla sola vendita di Remington, ma propone anche le macchine per scrivere Monroe, Smith Premier, Monarch e i mimeografi Edison allargando la propria attività in tutte le direzioni attinenti agli strumenti di scrittura. Fin dal 1892 dirige un ufficio di copisteria, poi una Scuola di dattilografia e successivamente, la vendita si estende agli strumenti di misurazione e di calcolo: le calcolatrici a leve (Brunsviga) e a tasti (Barrett), l'aritmometro, la famosa Remington Wahl *“macchina completa per scrivere, aggiungere, sottrarre”*<sup>9</sup>.

La familiarità con il mercato americano permette a Verona Sr di proporre anche prodotti lontani dal proprio campo, seppur per periodi limitati: nel 1911 una pubblicità propone velocipedi Remington e mobili per ufficio originali americani e nel 1921 pianoforti Hardman Peck di New York. Tra le numerose vicende occorse a questo versatile imprenditore è da ricordare, oltre al Gran Prix di Parigi per le macchine per scrivere, vinto nel 1901, la nomina a Cavaliere dell'Ordine della Corona d'Italia nel 1906 e le successive a Commendatore (1922) e

Grand' Ufficiale dell'Ordine della Corona d'Italia (1925). Dal 1907 Cesare Verona è sindaco della società *“Stearinerie Oleifici Lanza”*; fa parte dei periti esperti di macchine di precisione e compare tra i soci di istituzioni di beneficenza e istruzione. L'azienda prospera grazie all'abilità del suo fondatore che muore nel 1945. Sarà suo nipote Franco a ricollegarsi idealmente con il tema degli strumenti di scrittura.

Il registro delle imprese della Camera di Commercio di Torino nasce nel 1911. Alle imprese pre-esistenti viene quindi chiesto di registrarsi. Di seguito un documento presente all'archivio storico di Aurora che denuncia l'apertura di un esercizio a suo nome. Il documento attesta l'iscrizione della ditta Cesare Verona e la sua data di creazione che avvenne nel 1889. La prima pubblicità delle macchine per scrivere Remington, appare sulle guide torinesi Marzorati Paravia nel 1890.

Nel 1958, Giovanni Enriques, che ben conosce la famiglia Verona, propone a Franco, nipote di Cesare Verona Sr di entrare in Aurora. Franco entra in azienda a ventotto anni e sarà lui che dagli anni Sessanta segnerà il successo di Aurora grazie a creazioni indimenticabili e inizierà la tradizione delle prestigiose edizioni limitate di penne stilografiche numerate. Cesare è anche il bisnonno di Cesare Verona Jr, attuale patron di Aurora, che porta il suo nome e rappresenta la quarta generazione di una famiglia profondamente coinvolta nel mondo della scrittura. Tale vicenda si intreccia a sua volta con quella dell'Olivetti. Camillo Olivetti nel 1908 costituisce la *“prima fabbrica nazionale di macchine per scrivere”*<sup>10</sup> e fin dagli inizi lo stabilimento si distingue per l'attenzione alla tecnologia e all'innovazione, la cura del design, la presenza internazionale e la sensibilità verso gli aspetti sociali del lavoro.

Questi caratteri sono impressi dal fondatore Camillo Olivetti e dal figlio Adriano, che trasformerà l'azienda familiare in un moderno gruppo industriale. Di seguito, a confronto, due macchine da scrivere, una Remington Typewriter Company e l'altra Ing. C. Olivetti & C. Ivrea, entrambe del 1908.

<sup>9</sup> Slogan pubblicitario tratto dalla pubblicità Macchina per scrivere Remington Wahl (Archivio storico Aurora, Documenti Remington)

<sup>10</sup> Oltre ad esser stata la prima fabbrica nazionale di macchine da scrivere, l'Olivetti vanta anche di essere stata un'azienda di fronte alle grandi mutazioni. Cfr. [www.olivetti.it](http://www.olivetti.it) Ulteriori approfondimenti sono consultabili sul sito web Associazione Archivio Storico Olivetti (<https://www.storiaolivetti.it/tema/storia-azienda/#:~:text=Costituita%20nel%201908%20come%20%22prima,gli%20aspetti%20sociali%20del%20lavoro%20>).

1925 

Isaia Levi deposita il primo brevetto per la penna *“Asterope”*

1926 

Marcello Dudovich realizza un manifesto pubblicitario per la *“Olivetti M20”*

**Figura 32**  
Prima sede  
Manifattura Aurora  
Via della Basilica, Torino  
(1918)  
Archivio storico Aurora

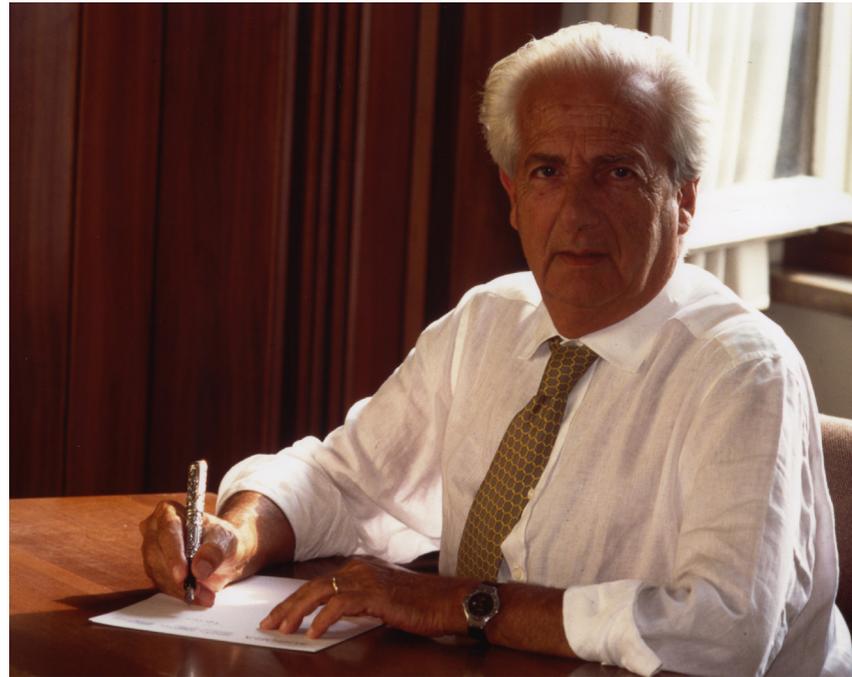


**Figura 33**  
Cesare Verona Sr  
(1927)  
Archivio storico Aurora



**Figura 34**  
Attuale Manifattura Aurora  
(2022)  
Archivio fotografico Aurora





**Figura 35**  
Attuale Manifattura Aurora  
(2022)  
Archivio fotografico Aurora

**Figura 36**  
Franco Verona che scrive  
con una penna  
Aurora Cellini  
(2000 c.a.)  
Archivio fotografico Aurora



**Figura 37**  
Cesare Verona, attuale  
Presidente Aurora  
(2010)  
Archivio fotografico Aurora

**Figura 38**

Macchina da scrivere  
Remington Typewriter  
Company modello N. 10  
(1908)  
Ghisa - 27x30x40 cm  
30 kg  
Archivio storico Aurora



**Figura 39**

Macchina da scrivere  
Ing. C. Olivetti & C. Ivrea M1  
(1908)  
Ghisa - 26x37x41 cm  
17 kg  
Immagine tratta da  
[https://www.etsy.com/it/  
listing/967700410/](https://www.etsy.com/it/listing/967700410/)



Il nome Remington ha profondamente segnato la storia delle macchine per scrivere fin dagli esordi: fu infatti proprio la E. Remington & Son ad inaugurare la produzione industriale della macchina per scrivere nel 1876. Seppure la società si ritirò piuttosto precocemente dal mercato delle macchine per scrivere, il marchio Remington, passato a nuovi proprietari, continuò a rappresentare il simbolo stesso della macchina per scrivere.

Il modello N. 10 fu la prima macchina Remington a scrittura visibile ed apparve più di una decina di anni dopo l'avvento della prima macchina per scrivere visibile prodotta dalla Underwood. Indotta dal mercato, anche la Remington elaborò una propria macchina a scrittura visibile, applicando tuttavia il sistema dei martelletti a battuta frontale ad un telaio dalle linee conservatrici. Essa è una macchina standard con telaio in ghisa verniciata di nero, a base rettangolare; dai lati sporgono quattro colonnine reggenti il piano di appoggio del carrello portarullo. I caratteri sono montati su martelletti riposanti orizzontalmente nella cesta delle leve semicircolare, situata alle spalle della tastiera. Due bobine verticali sono posizionate al di sotto dei martelletti laterali della cesta. Nella parte sinistra del

lato anteriore della macchina è presente il selezionatore di colore di stampa. Il carrello portarullo è posizionato frontalmente rispetto alla cesta ed è dotato, sul lato destro, di una lunga maniglia per il movimento di ritorno. L'abbassamento di un tasto aziona il cinematico e il martelletto portacaratteri scatta, colpendo il punto di battitura da posizione frontale. Il tasto delle maiuscole comanda il sollevamento del carrello. L'inchiostrazione avviene mediante nastro inchiostrato inserito in un sollevanastro. Attraverso un sistema di scappamento, il carrello portacarta compie uno spostamento ad ogni battuta di tasto, permettendo la composizione di una riga. La scrittura è pienamente visibile

La tastiera è QWERTY composta da 42 tasti bianchi di forma circolare per n. 84 segni disposti su quattro file, è dotata di un tasto di ritorno e un tasto fissa maiuscole. Al di sopra della tastiera sono presenti cinque tasti rossi del tabulatore. Le interlinee hanno tre posizioni e il tabulatore presente è funzionante con i tasti rossi. La carrozzeria è in ghisa pesante con laterali scoperti di colore nero.

La M1 porterà una serie di innovazioni che



1926

Aurora compare in vari punti vendita che comprendono oreficerie, cartolerie, officine grafiche e grandi magazzini (a Milano "La Rinascente")

accompagneranno la produzione Olivetti negli anni successivi.

L'inversione automatica del nastro avviene tramite un occhietto inserito alle due estremità del nastro stesso, tale occhietto, facendo presa su di una leva a cavallo del nastro, fa sì che questa faccia scattare il meccanismo di inversione del trascinarsi del nastro stesso. Il selettore di colore del nastro viene posto sulla parte anteriore della macchina, in posizione comoda e intuitiva. Il meccanismo del margine ha una soluzione originale: quando il giusto margine è stato raggiunto, una leva a cui è fissata una spina di gomma è spinta davanti e ne impedisce l'ulteriore scrittura.

La tastiera è AZERTY composta da 42 tasti, corrispondenti a 84 segni disposti su 4 file. Vi sono 8 tasti per la tabulazione e una barra spaziatrice. Ha un telaio portante in ghisa con lamierini di copertura, ed è stata prodotta unicamente in colore nero.

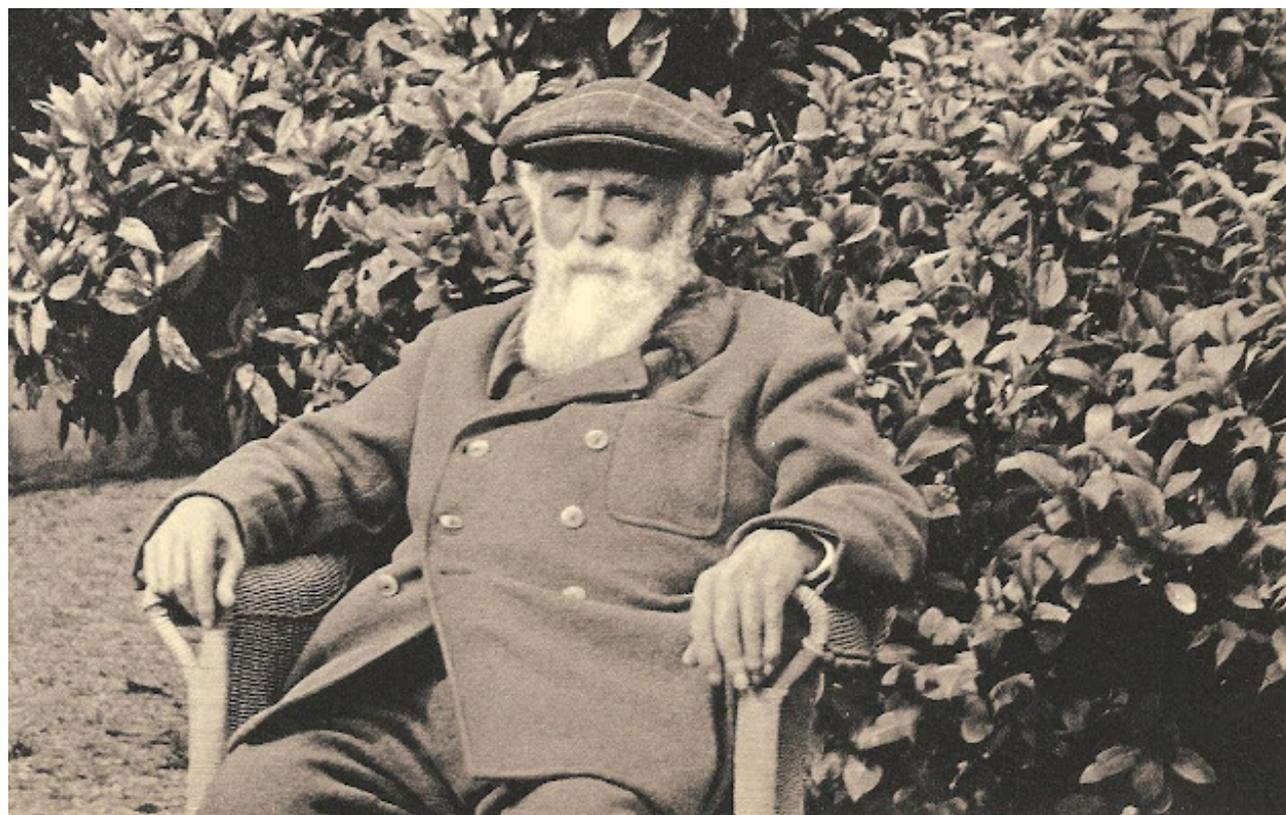
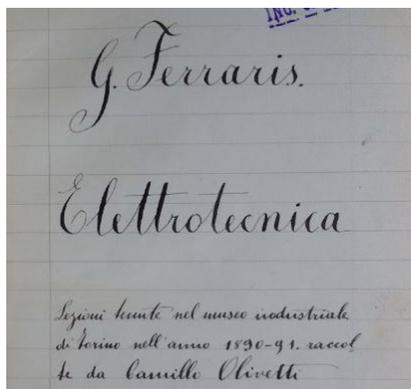
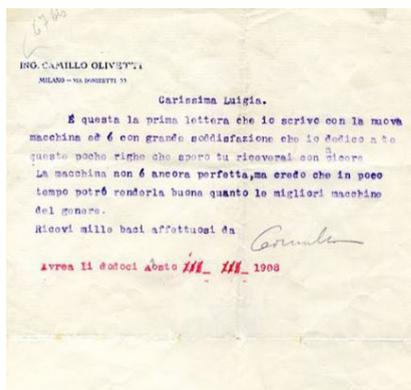
*«Un valore speciale va posto sulla forma della macchina. Una macchina per scrivere non deve essere un soprammobile, sovraccarico di elementi decorativi. Deve avere un aspetto sobrio ed allo stesso tempo funzionale ed elegante»*

(Camillo Olivetti)

**Figura 40**  
Prima lettera scritta da Camillo Olivetti alla moglie Luisa Revel con la macchina per scrivere M1 (1908)  
Fondazione Adriano Olivetti

**Figura 41**  
Appunti raccolti da Camillo Olivetti (1891)  
Fondazione Adriano Olivetti

**Figura 42**  
L'ing. Camillo Olivetti (Anni Trenta)  
Immagine tratta da [https://it.wikipedia.org/wiki/Camillo\\_Olivetti#/media/File:Camillo\\_Olivetti\\_1930s.jpg](https://it.wikipedia.org/wiki/Camillo_Olivetti#/media/File:Camillo_Olivetti_1930s.jpg)



1927 

Aurora lancia un concorso per la scelta del nome della nuova linea di penne in celluloido: "Duplex"

**Figura 43**  
Ingresso  
Archivio storico Aurora  
(2022)  
Immagine realizzata da  
Mara Micieli durante  
la consultazione  
all'Archivio storico Aurora



1928

Chiosco Aurora  
all'esposizione di Torino

Progettazione  
dell'Architetto Umberto  
Cuzzi

## 2.3

### Consistenza e catalogazione dell'archivio storico

L'archivio storico Aurora si trova al secondo piano della sede dove risiede, oltre alla manifattura, anche la Presidenza e il Museo dell'Officina della Scrittura. Come già descritto nel capitolo 2, la prima sede, durante la Seconda Guerra Mondiale, venne distrutta dai bombardamenti e la maggior parte della documentazione storica venne perduta. La fabbrica si trasferì successivamente in Strada Comunale da Bertolla all'Abbadia di Stura, 200, sede attuale della società. La documentazione presente in archivio risale quindi, principalmente, al secondo dopoguerra. L'Ing. Franco Verona è colui che condusse l'azienda dagli anni Sessanta e come confermato personalmente dal figlio Cesare, attuale Presidente di Aurora, il padre, durante la sua gestione non fu mai interessato alla conservazione e raccolta di materiali, bensì alla vendita esclusiva di penne; atteggiamento assai noto in quel periodo. L'intento di catalogazione venne quindi svolto a partire dalla conduzione del figlio.

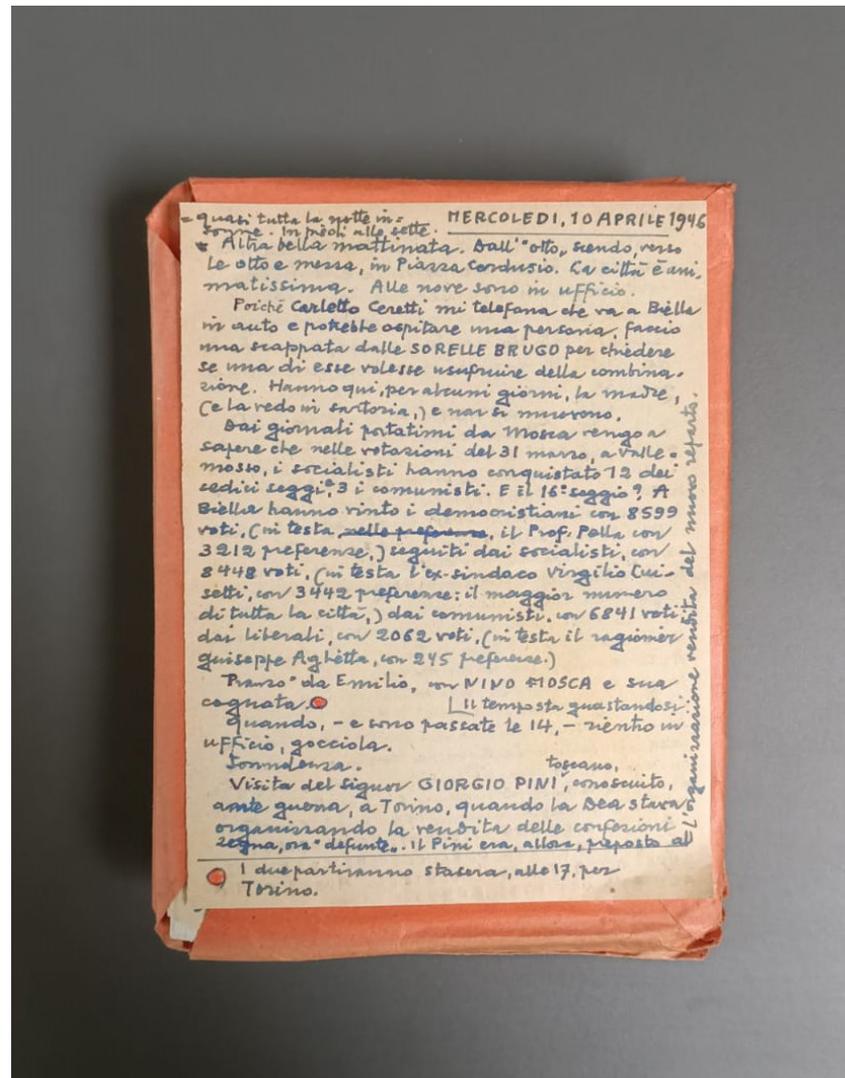
L'archivio storico Aurora è suddiviso in archivio analogico (documenti cartacei cui si aggiungono documenti registrati su supporti diversi come cassette, audio e video) e in archivio informatico (documenti informatici prodotti, utilizzati e conservati in ambiente informatico, molti di questi ne fanno parte i documenti analogici digitalizzati).

Le cartelle digitalizzate al momento sono 47 e contengono circa 7000 file; i documenti sono in differenti formati in relazione ai contenuti; possono essere testi, immagini, foto o scansioni. Le cartelle contenenti i modelli delle penne Auro-

ra sono suddivise in: Aurora, R.A.0, R.A.1, R.A.2, R.A.4, F.A.S.4, A.R.A.4, A.R.A.5, Duplex, Internazionale, sottomarche A.S.CO – OLO, Optima, Superba, Asterope, Iridia, Novum, Topolino-Biancaneve, Etiopia, Edacoto, Lapis, Selene, Aurora 88, Aurora 88k, Style, Duo cart, Aurora sele, Aurette, Doblone, Hastil, e Thesi. Vi è inoltre un archivio, sempre digitale di alcuni cataloghi, listini prezzo e fatture. La corrispondenza presente in archivio è relativa alle relazioni della Famiglia Verona; vi è un diario di Cesare Verona Senior del 1943 in due versioni, una scritta a mano e una scritta a macchina; altre documentazioni scritte dai lavoratori Aurora degli anni Sessanta. L'audioteca conserva delle trasmissioni sulle penne: "Titolo RAI 2" del 5 settembre 1991, "Aurora Folk USA RAI 3" e "Radiocomunicato Aurora"; degli ultimi due non vi sono informazioni sulle date. La videoteca è composta da una collezione di videocassette su: "Unione Imprese Storiche Italiane", "Limited edition Fountain Pens" e "Gtp gruppo thema progetti srl". La cineteca comprende documentari sull'Aurora e le sue attività e spot pubblicitari degli anni Sessanta; questa sezione include anche le registrazioni di trasmissioni televisive riguardanti l'Aurora. L'eidoteca è molto consistente ed è composta dai manifesti pubblicitari e dalle locandine di iniziative culturali dell'Aurora, spesso opera di noti designer e grafici; comprende anche testi e immagini di numerose inserzioni pubblicitarie. Vi sono cartelle inerenti le fiere di Milano, partecipazioni fiere internazionali e tele legate ai brand, aziende che al tempo, inviavano alla manifattura i propri loghi per personalizzare le penne come gadget aziendali. La fototeca è una delle sezioni più ricche, formata da migliaia di foto, diapositive, lastre e negativi. La biblioteca nasce in occasione dell'inaugurazione del Museo dell'Officina della scrittura, la quale ospita testi divisi per tematiche. I volumi si riferiscono a penne italiane e internazionali, calligrafia e scrittura, segno, design, territorio, storia, riviste, arte e tesi di laurea.

Sfogliando tra i faldoni in archivio, sono rimasta sorpresa nel trovare dei giustificativi di spesa relativi ad acquisti online, su ebay principalmente; questi acquisti sono stati effettuati dallo stesso Cesare Verona con l'intento di poter rico-

struire la storia della sua azienda per poter completare e preservare l'archivio storico di tutto ciò che è stato svolto in passato. Il materiale acquistato da collezionisti è pressoché grafico che va dalle cartoline agli opuscoli, dalle scatoline porta nastro Litoria alla pubblicità Remington di Cesare Verona Sr, ma vi sono anche dei gadget come per esempio un coltellino multifunzione con su scritto "Remington - la migliore macchina da scrivere".



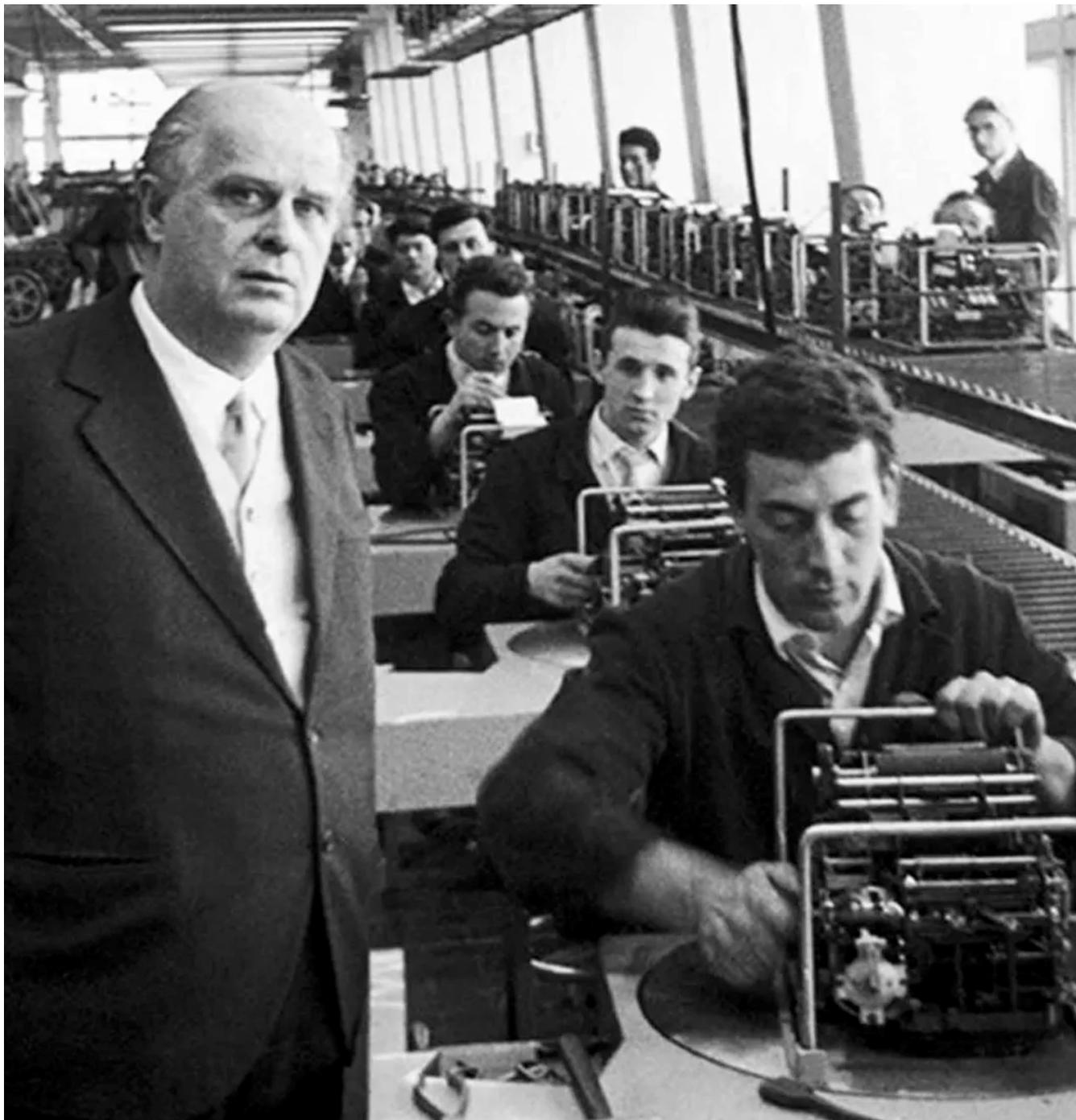
**Figura 44**  
Diario Sig. Mandelli  
(dal 1° marzo  
al 30 aprile 1946)  
Archivio storico Aurora  
«Diari autobiografici»  
Immagine realizzata da  
Mara Miceli durante  
la consultazione  
all'Archivio storico Aurora

1929 

Isaia Levi chiama  
Rodolfo De Benedetti  
a dirigere l'Aurora

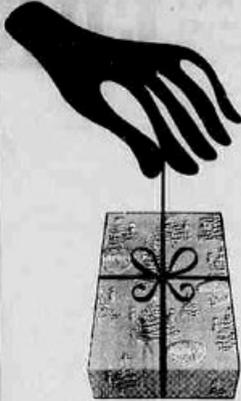
Franco Negri viene  
esonerato

**Figura 45**  
Adriano Olivetti e i suoi  
collaboratori ad Ivrea  
(Fine Anni Cinquanta)  
Archivio storico Olivetti



**Figura 46**  
Pubblicità Aurora 98  
su "La Stampa"  
(StampaSera 22/12/1965 -  
numero 301 pagina 5)  
Archivio storico La Stampa

mercoledì 22 - Giovedì 23 Dicembre 1965 **5**



*io regalo*  
*tu regali*  
*egli regala*

noi regaliamo oggetti di prestigio  
voi regalate oggetti di buon gusto  
essi regalano oggetti di valore  
Il dono sempre valido e sicuro per  
tutti ha un solo nome famoso:

# Aurora

Nuova serie 98 "Riserva Magica"  
placcata laminata oro, in vendita  
presso specialisti di stilografiche  
e cancellerie qualificate (prezzi da  
L. 3.500 a L. 20.500)

Nuovissima serie "Gran Lusso"  
oro massiccio in vendita presso  
i migliori specialisti di stilogra-  
fiche, gioiellerie e orolerie  
(prezzi da L. 11.800 a L. 49.000)



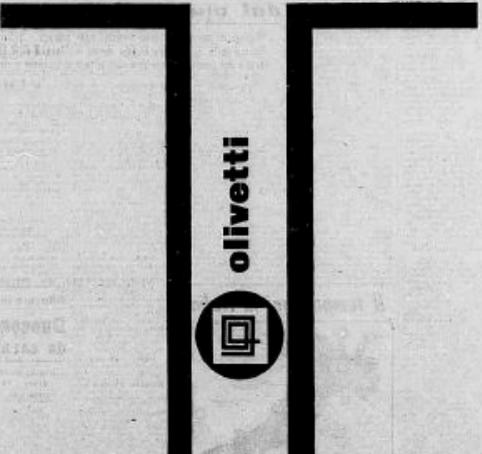
Mercure d'oro 1965

STAMPA SERA Anno M. Numero 181

**DALLE  
ADDIZIONI  
ALLE  
EQUAZIONI**



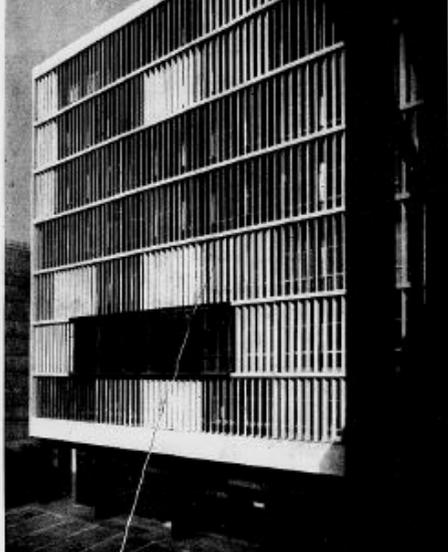
I numeri reggono il mondo e dove s'è lavoro c'è calcolo. Negozii e uffici cittadini, conti chiari, fabbriche e banche vogliono cifre esatte, conti studi e bilanci di bilancio, tutto di calcolo. Per ogni livello del calcolo c'è un modello Olivetti. Per ogni modello c'è un'operazione che vuol risolvere. Olivetti può tranquillamente assicurarvi della moltitudine di modelli che sovvera e calcola fino al calcolo superautomatizzato che estrae radici cubiche o risolve equazioni, ogni modello scrive tutti i termini e i risultati, agisce in le stesse semplicità di impiego e la stessa certezza di precisione e durata.



**OLIVETTI  
CALCOLO  
SCRITTO**

**Filiali dirette**

- Bahia Bianca
- Barcelona
- Bari
- Barranquilla
- Bombay
- Buenos Aires
- Bogota
- Bologna
- Brevesia
- Buenos Aires
- Capri
- Catania
- Calcutta
- Chiangai
- Chicago
- Ciudad de Mexico
- Cordoba
- Durban
- Discepoli
- Firenze
- Frankfurt
- Ginevra
- Genova
- Glasgow
- Guadalajara
- Hannover
- Hasselt
- Johannesburg
- Kobe
- Lillo
- London
- Lyon
- Madrid
- Mar del Plata
- Mosca
- Martinez
- Messico
- Milano
- Mercato
- Napoli
- New York
- Palermo
- Palermo
- Parigi
- Prato
- Racionville
- Rio de Janeiro
- Roma
- Rosario
- Saba
- San Francisco



**Sede della Direzione Commerciale Italiana a Milano**

**olivetti**

Macchine per scrivere  
Calcolatori scriventi  
Macchine contabili  
e per stenografia  
Telescriventi  
Schedari e classificatori  
Macchine stenografiche  
4 precisione

**Schedario Synthetico**



**Lettera 22**



**Telecomprensivo**



**Studio 44**



**Lexikon**



**Lexikon Elettronico**



**olivetti**



**Divulcora**



**Elettronissima Duplex**



**Elettronissima**



**Summa 15**

**Stabilimento di Ivrea** **Stabilimento di Agnate** **Stabilimento di Torino**








**Figura 47**  
Pubblicità Olivetti su  
"La Stampa"  
(StampaSera 18/06/1962 -  
numero 144 pagina 12)  
Archivio storico La Stampa

**Figura 48**  
Articolo Olivetti su  
"La Stampa"  
(30/11/1954 - numero 285  
pagina 10)  
Archivio storico La Stampa

 1929

Giovanni Enriques si laureò nell'ottobre in ingegneria elettrotecnica

Adriano Olivetti e Gino Levi-Martinoli gli offrirono lavoro all'Olivetti

# 3.

## Il know-how di Aurora e l'influenza olivettiana

Sebbene le due realtà siano state differenti, sia per dimensioni che per finalità, analizzando la documentazione storica in Aurora ho appurato che la Manifattura ha prestato sempre particolare attenzione per i lavoratori, gli ambienti di lavoro e per i luoghi comuni utilizzati durante la ricreazione. Punti di forza che sono sempre stati al centro dell'Olivetti, a partire dalla conduzione di Camillo e successivamente del figlio Adriano.

A livello sociale, Ivrea e tutto il canavese divenne un'unica comunità dove al centro vi era l'uomo. La fabbrica Olivetti fu permeabile, in continua relazione con il territorio ed i lavoratori. Vennero attivati moltissimi servizi sociali a partire dagli asili, alle colonie diurne dedicate ai figli dei dipendenti e alle biblioteche, vennero organizzate serate conviviali ed eventi culturali dedicati ai lavoratori e alle loro famiglie.

Al contrario di Adriano, che entra a lavorare, in officina, nella ditta del padre a soli tredici anni, Cesare Verona entra a lavorare all'Aurora in età decisamente più consapevole, all'età di ventisette anni, dopo essersi laureato, occupandosi inizialmente di marketing e di mercato estero.

Ciò che accomunò Franco e Camillo fu il forte senso di responsabilità verso i dipendenti. Nel 1924 all'età di ventitrè anni, Adriano entra in fabbrica al bancone, tra gli apprendisti, solo dieci anni dopo nel 1934, diventerà il Direttore Generale. Durante un viaggio in America, osservando le officine Ford, ne comprende l'organizzazione che sarà riportata successivamente nella sua fabbrica italiana. Un'industria per processi: autorità e responsabilità non dovevano essere più date per gradi, ma per funzioni,

per propria interiore capacità e non per iniezione dall'alto. Per una modernizzazione tecnologica sempre più veloce, Adriano convinse il padre ad effettuare delle trasformazioni che avrebbero dato ruoli marginali a persone che avrebbero contribuito allo sviluppo della fabbrica, ma che nella concezione di Adriano ne erano anche il freno.

Merita di essere rilevato come già, nella seconda metà degli anni Venti, Aurora applicasse i più avanzati principi di marketing, diversificando produzione e marchi per poter raggiungere segmenti differenziati di clientela. Isaia Levi era molto sensibile alla promozione commerciale, sia sulle piazze interne sia su quelle internazionali. La casa torinese iniziò in quegli anni a partecipare in modo sistematico alla Fiera di Milano allestendo, al suo ingresso, il celebre "Chiosco Aurora". Presenziò inoltre regolarmente alla Mostra campionaria di Lipsia, riuscendo a penetrare in Svizzera, Spagna e Polonia. Questa frequentazione consentì all'azienda subalpina di concludere un importante accordo con un'impresa francese proprietaria di un valido brevetto per le matite a mina continua, la Edacoto, ottenendone l'esclusiva per l'Italia in cambio di un'analoga concessione per le stilografiche Aurora in Francia. I set, denominati "Le Duo Moderne" <sup>1</sup> nelle inserzioni pubblicitarie, erano composti da un'Aurora Internazionale e da un portamine Edacoto; il successo commerciale sarebbe derivato dall'unione di due grandi marchi di provata fama a livello internazionale.

Il rapporto con l'azienda francese Edacoto dette vita, nel corso degli anni Trenta, anche ad una produzione di stilografiche su commissione. Nacquero in questi anni numerose stilografiche Edacoto, simili al modello "42" e "Internazionale" con caratteristiche diverse dai modelli ordinari di Aurora: il caricamento era a leva laterale e non posteriore; la clip, nella maggior parte dei casi, presentava l'incisione "Edacoto" in verticale; i pennini erano in oro 18 carati, secondo le esigenze del mercato francese; l'incisione sul serbatoio riportava la dicitura "Système Br.té". L'accordo tra le due aziende durò fino al 1936, quando, nell'ambito delle sanzioni decretate dalla Società delle Nazioni e delle

<sup>1</sup> Sulla rivista "L'Illustration" de "Le Duo moderne", di Dicembre 1931, veniva pubblicizzato un set composto da una penna stilografica Aurora e una matita meccanica Edacoto, <http://san.beniculturali.it/web/san/dettaglio-oggetto-digitale?pid=san.dl.SAN:IMG-00003278> (Aurora Due srl, Fondo Aurora Due srl).

conseguenti ritorsioni decise dal nostro governo, i due partners dovettero obbligatoriamente cessare i loro rapporti di collaborazione commerciale ed industriale.

Isaia Levi seguì direttamente l'attività produttiva e commerciale della nuova azienda almeno sino al 1929, finché assunse un direttore, nella persona di Rodolfo De Benedetti che lo sostituì nella conduzione dell'impresa. Si rivolse quindi al cugino, un ingegnere che, dopo un breve soggiorno di formazione in Germania, aveva avviato nel 1921 a Torino la "Compagnia italiana Tubi metallici flessibili" per sfruttare anche nel nostro Paese, alcuni brevetti tedeschi relativi a tubi flettenti fabbricati in metallo. Levi percepì

chiaramente che, di fronte alla grande crisi di mercato che si stava prospettando in presenza di una concorrenza sempre più qualificata anche da parte italiana, occorreva procedere ad una radicale riorganizzazione della propria azienda. Allontanò il ragioniere Franco Negri, che aveva diretto l'Aurora fin dalla fondazione.

Nel dicembre 1931 De Benedetti lasciò la manifattura per tornare a dedicarsi a tempo pieno alla sua precedente attività. Tuttavia, l'impostazione da lui impressa all'azienda si tradusse, anche dopo il suo allontanamento, in una ricca attività creativa concretizzatasi nella progettazione ed esecuzione di nuovi modelli più evoluti e nell'ideazione e deposito di nuovi brevetti industriali.

1930 

Aurora introduce modelli "streamlined" tra cui il modello "Superba"



*Olivetti*  
ING. C. OLIVETTI & C. IVREA

olivetti

olivetti



olivetti

olivetti

**Figura 49**  
Evoluzione logotipo Olivetti (1912, 1923, 1934, 1947, 1952, 1960, 1970)  
Immagine tratta da <https://olivettipertutti.it/collezioni/logo/>

FABBRICA ITALIANA DI PENNE A SERBATOIO

AURORA

Aurora

AURORA



Aurora

AURORA

**Figura 50**  
Evoluzione logotipo Aurora (1919, 1920, 1929, 1939, 1949, 1959, 1969)  
Archivio storico Aurora

**Figura 51**  
Rodolfo De Benedetti  
(Anni Trenta)  
Archivio storico Aurora



1931

Accordo tra  
Aurora e  
l'azienda francese Edacoto

Commercializzazione  
set di stilografica  
e portamine sul mercato  
francese

Produzione  
di stilografiche  
su commissione



1932

Nasce  
la prima portatile Olivetti,  
la MP1  
destinata alla  
medio-alta borghesia



1932

Giovanni Enriques  
fino a luglio  
compie un viaggio  
di studio e di lavoro  
negli Stati Uniti  
durante il quale visita  
fabbriche, università  
e biblioteche

«A metà del 1929, in piena crisi mondiale, mio cugino Isaia Levi, un industriale torinese affermato nel ramo tessile e pioniere dell'industria della confezione, mi convocò nel suo ufficio. Mi raccontò che nel lontano 1917 si era lasciato convincere ad entrare in un'impresa per lui anomala, quella della penna stilografica, dove imperava la Waterman. A convincerlo era stato un giovane ragioniere, Franco Negri, che gli aveva assicurato che con 50.000 lire di capitale gli avrebbe consegnato una fabbrica perfettamente funzionante. Le 50.000 lire iniziali divennero ben presto milioni, e ciò nonostante l'Aurora non riusciva a raggiungere quegli standards di qualità necessari per diventare "la stilografica nazionale" per definizione. Isaia restava però affezionato all'impresa. A chi lo invitava a desistere ribatteva che non esisteva al mondo un prodotto che assommasse in sé tante qualità positive: la penna stilografica si acquista, si rompe, si perde, si regala, si ruba. Aveva comunque nel frattempo licenziato il Negri. Ora gli occorreva un sostituto: conoscevo qualcuno adatto? L'azienda aveva all'incirca 250 dipendenti e l'organizzazione tecnico-commerciale lasciava molto a desiderare. Potevo temporaneamente assisterlo io nelle scadenze più immediate? Benché la mia azienda richiedesse una continua presenza, non me la sentii di deluderlo e accettai, limitatamente all'ordinaria amministrazione e in attesa dell'assunzione di un nuovo direttore generale. Così tutti i dopocena presi ad andare nella sua fabbrica. La mia giornata lavorativa sfiorava le tredici ore!

Per un paio di settimane mi limitai a guardarmi attorno, arrivando ben presto a conclusioni decisamente negative: il numero di operai e capireparto era esorbitante; la produzione pro-capite era bassa e quindi i costi sproporzionatamente alti rispetto ai possibili ricavi; la qualità del prodotto molto discutibile, con una forte percentuale di scarti. Non sto a citare altre assurdit ; mi parve chiaro che per ri-assettare l'azienda occorreva procedere a un totale ridimensionamento e ristrutturazione. Allo scopo mi furono concessi pieni poteri. Presi subito i provvedimenti pi  urgenti: chiusi il laboratorio chimico e il reparto addetto ai torni automatici, ridussi di un centinaio le unit  lavorative, introdussi macchinari pi  moderni, disposi un'accurata vigilanza nel reparto fabbricazione pennini, in modo da evitare o rendere molto difficile la sottrazione dell'oro. Alla fine del primo semestre la produzione era sensibilmente migliorata e il virus della stilografica mi si era insinuato nelle vene, dove sarebbe restato a lungo. Restava da affrontare lo scoglio principale, quello commerciale. Bisognava riuscire a imporre la nostra penna alla clientela in concorrenza con ditte di fama mondiale. Bisognava escogitare novit  vantaggiose per il consumatore e che giustificassero un prezzo eventualmente superiore, dato che, se la "mia" Aurora fosse costata di meno, sarebbe apparsa svalutata secondo la psicologia dell'acquirente. Ma cosa mai si poteva introdurre di sostanzialmente nuovo in una stilografica? Furono cervelli americani della

fabbrica di penne Sheaffer a scoprirlo: il punto debole della Waterman, fatta in ebanite, era la sua fragilit , per cui se la penna cadeva, spesso si rompeva. Ecco l'idea! Fare la penna in materiale infrangibile, sostituendo all'ebanite la celluloido.

La penna era di colore diverso (rosso mattone) rispetto a quella in ebanite, ma il suo prezzo di vendita era quasi il doppio, cosa che permetteva di allearsi il venditore e di incrementare la spesa pubblicitaria. Con grande prontezza uscii sul mercato italiano con penne infrangibili. Pensai anche al modo di facilitare il rifornimento di inchiostro. Col sistema in uso era facile imbrattarsi le dita; ricorsi allora a una "cartuccia", un piccolo serbatoio pieno d'inchiostro di facile e rapida sostituzione. Col sistema in uso era facile imbrattarsi le dita; ricorsi allora a una "cartuccia", un piccolo serbatoio pieno d'inchiostro di facile e rapida sostituzione. Feci domanda di brevetto al Patentamt tedesco, che disponeva di una documentazione eccezionale nel campo dei brevetti. La vicenda di un'invenzione e del suo brevetto molto simile all'incontro con la donna dei propri sogni. La si conosce per caso, ci si sente di colpo conquistati e quando si   corrisposti pu  capitare di accorgersi di essere stati preceduti. Cos  fu per la mia "cartuccia": l'ufficio brevetti mi comunic  che quella che credevo una novit  aveva "anteriorit . Abbandonai comunque l'idea perch  all'epoca non erano disponibili le materie prime adatte. Solo l'avvento della plastica consentir , parecchi anni dopo, la produzione di cartucce piene d'inchiostro.»<sup>2</sup>

<sup>2</sup> Relazione dell'Ing. Rodolfo De Benedetti nella quale narra la convocazione in Aurora da suo cugino Isaia Levi e la successiva permanenza come direttore per circa un triennio. Torino, Gennaio 1984. (Cfr. R. De Benedetti, Nato ad Asti. Vita di un imprenditore, Marietti, Casale Monferato 1987, pp. 160 - 163.) [https://issuu.com/frdb/docs/nato\\_ad\\_asti\\_capitoli7-12/102](https://issuu.com/frdb/docs/nato_ad_asti_capitoli7-12/102)

Il figlio, Carlo De Benedetti, nel 1978 entr  all'Olivetti come Presidente fino al 1998. In questa azienda, pose le basi per un nuovo periodo di sviluppo, fondato sulla produzione di personal computer e sull'ampliamento ulteriore dei prodotti, che vide aggiungersi stampanti, telefax, fotocopiatrici e registratori di cassa. In soli 24 mesi l'azienda pass  da una perdita di 70 miliardi all'anno ad un profitto di 50 miliardi che raggiunse i 350 miliardi nel 1983.

# 3.1

## Il rapporto con il design

Ideare e progettare oggetti d'uso secondo forme esteticamente valide, in rapporto alla funzionalità, è da sempre stato uno dei principali fini della manifattura Aurora. Come tutte le aziende dell'epoca, anche Aurora, all'inizio degli anni Trenta, procedette ad un restyling dei propri modelli abbandonando il tradizionale design con estremità piatte, tipico dello stile degli anni Venti, per introdurre modelli "streamlined"<sup>3</sup>, dalla linea affusolata. Non rimase immune neanche al richiamo della trasparenza, una delle caratteristiche maggiori per il successo commerciale delle stilografiche negli anni Trenta.

Nasce l'idea di una matita moderna, che viene brevettata come "lapis automatico" in cui le mine sono contenute dentro al corpo cavo della matita. A questi primi rivoluzionari modelli fecero seguito altri oggetti come ad esempio gli strumenti da scrivania, gli Aurotavi e marchi diversi a seconda del segmento di mercato cui erano rivolti, mostrando una grande attenzione alle più moderne tecniche di marketing fin dagli anni Venti. I prodotti di larga diffusione furono infatti divisi in: O.L.O., A.S.CO. e Gioia di scrivere.

- La linea Olo venne commercializzata esclusivamente nelle edicole e presso le stazioni ferroviarie ad un prezzo inferiore a quello praticato dalla concorrenza;
- la A.S.CO. venne invece destinata esclusivamente alle aziende che si servivano della penna stilografica come strumento promozionale;
- la Gioia di scrivere infine fu realizzata per la distribuzione capillare nelle cartolerie con lo scopo di dotare gli studenti di un moderno mezzo di scrittura.

Uno dei settori commerciali di maggiore rilevanza di questo periodo fu lo sviluppo della pratica di utilizzare la stilografica

come regalo aziendale o come veicolo promozionale. Le stilografiche, commissionate a vari produttori venivano personalizzate con diciture di vario genere incise sul serbatoio: il nome della ditta con l'indirizzo, slogan pubblicitari, nomi di prodotti commerciali, nomi di medicinali etc. Le personalizzazioni potevano essere meno appariscenti e limitarsi a piccoli stemmi o simboli posizionati sulla sommità del cappuccio. Nella maggior parte dei casi, per questo tipo di iniziative venivano utilizzate stilografiche anonime in modo da non creare confusione tra l'incisione con il nome del modello o la marca dell'azienda produttrice e la dicitura pubblicitaria vera e propria. I modelli proposti avevano prezzi contenuti ed erano identificati con denominazioni molto semplici come Mignon, Junior, Senior, Classic, Commercial o Standard.

Nei cataloghi erano illustrati sia modelli totalmente "anonimi", sia modelli di produzione ordinaria; un caso è quello delle "O.L.O.", commercializzate dall'azienda stessa ed incluse nei cataloghi Supera, senza alcuna incisione e con pennini "Warranted" con la denominazione "Perfecta" (misura media) e "Commercial" (misura grande). Altri esempi sono il modello "Patent" della Supera, rientrante in ebanite nera e il modello "Gigante", sempre in ebanite nera con riempimento a leva, in tutto e per tutto corrispondenti ad una Aurora "RA 3" e ad una Aurora "ARA 4".

Oltre alle produzioni "anonime" di cui ho trovato traccia nei cataloghi, nel corso degli anni Trenta, Aurora produsse molte altre serie di penne, che mostrano caratteristiche estetiche tali da giustificarne l'attribuzione all'azienda. Rientrano in questa categoria le stilografiche "Amica" dei tardi anni Trenta, penne con riempimento a pulsante di fondo e finiture in metallo in tutto e per tutto simili a quelle delle "O.L.O." della stessa epoca. Su queste stilografiche il nome del modello "Amica" è inciso solo sulla sezione con una sagoma a ventaglio, molto simile allo stile delle diciture Aurora. Anche le stilografiche "Monopol", rientranti in ebanite nera estremamente semplici, di cui si è trovato traccia in alcune fatture d'epoca, mostrano particolari di finitura di chiara provenienza Aurora.

Si attribuiscono alla produzione Aurora degli anni Quaranta

1934

Adriano Olivetti diventa il  
Direttore Generale  
dell'Olivetti

<sup>3</sup> P. Tretiack, *Raymond Loewy and Streamlined Design*, Universe of Style, 1999.

le stilografiche “Atena”, “Flexor” e “Teleia Extra”. Le Atena, in particolare, montano una clip a scalini degradanti esattamente identica alla clip montata sulle “O.L.O.” della stessa epoca.

Meritano infine di essere citati alcuni modelli marchiati Aurora, ma non catalogati, probabilmente prodotti per precisi scopi commerciali, come ad esempio alcune piccole penne a pulsante di fondo, marcate solo sulla sezione e con pennini in “Platiridio”, probabilmente prodotte per essere inserite all’interno di agendine tascabili o piccoli block notes. La disponibilità di modelli da utilizzare per la promozione pubblicitaria o il regalo aziendale è rimasta una delle caratteristiche tipiche dell’azienda anche nei decenni successivi.

Il dopoguerra vede il rilancio di Aurora secondo le teorie imprenditoriali Olivettiane, l’apertura ai mercati internazionali e il ricorso a designer di spicco nel mondo dell’industria. Sul finire degli anni Quaranta, Marcello Nizzoli, artista e pubblicitario che dopo aver incontrato Adriano, si sperimenta come designer industriale per l’Olivetti, inizia a collaborare anche con l’Aurora ed è qui che insieme a Giovanni Enriques e Aldo Torchi, studiano insieme una penna innovativa, con il pennino quasi interamente carenato, un alimentatore di inchiostro di alta qualità, un cappuccio con chiusura a pressione in lega di nickel e argento, decorata con sottili righe verticali: la “Aurora 88”, la penna italiana più venduta di sempre.

Aurora vuole rendere le sue penne sempre più accessibili a tutti e la collaborazione con Giulio Natta, accademico italiano e Premio Nobel per la chimica, porterà a una svolta nel sistema di caricamento. <sup>4</sup> Nascono le cartucce in polietilene e per contrastare la penna a sfera, Aurora lancia a metà anni Cinquanta la “Duo Cart”, una speciale stilografica con carica doppia cartuccia, realizzata su disegno di Albe Steiner che sostituirà definitivamente il contagocce e il calamaio. Nascono così la 888, versione con cartucce della 88, e la diffusissima Aretta, rivolta agli studenti, con cartucce e corpi in plastica colorata. Sotto la guida della famiglia Verona, Aurora immette sul mercato anche penne a sfera e roller allargando la produzione. La svolta nell’organizzazione e dell’attività di ricerca che era

stata impressa all’Aurora da Rodolfo De Benedetti continuò anche dopo le sue dimissioni. Il nuovo Direttore generale, l’ingegner Rosso, aveva continuato a prodigare molte risorse umane e finanziarie nello studio di nuovi modelli e nel perfezionamento del patrimonio tecnologico aziendale. Negli anni Settanta, la “Hastil”, progettata da Marco Zanuso, entra a far parte delle collezioni permanenti del Museum of Modern Art di New York. Caratteristiche principali della penna sono il sistema di alimentazione, il pennino in posizione centrale e la clip a scomparsa del cappuccio. Fu proprio Franco Verona, con il consenso di Giovanni Enriques, a contattare Marco Zanuso per rilanciare le sorti dell’azienda. Al MOMA è anche ospitato un altro suo modello d’avanguardia nel design italiano degli anni Settanta, la “Thesi”, penna a sfera ultrapiatta in metallo.



<sup>4</sup> «Oltre alle pubblicazioni scientifiche e ad una parte dei brevetti, i documenti conservati presso l'Istituto di Chimica Industriale del Politecnico (ora sezione del Dipartimento di Chimica, Scienza dei Materiali e Ingegneria Chimica "Giulio Natta") erano contenuti in 120 raccoglitori/cartelle e 43 cartelle.»

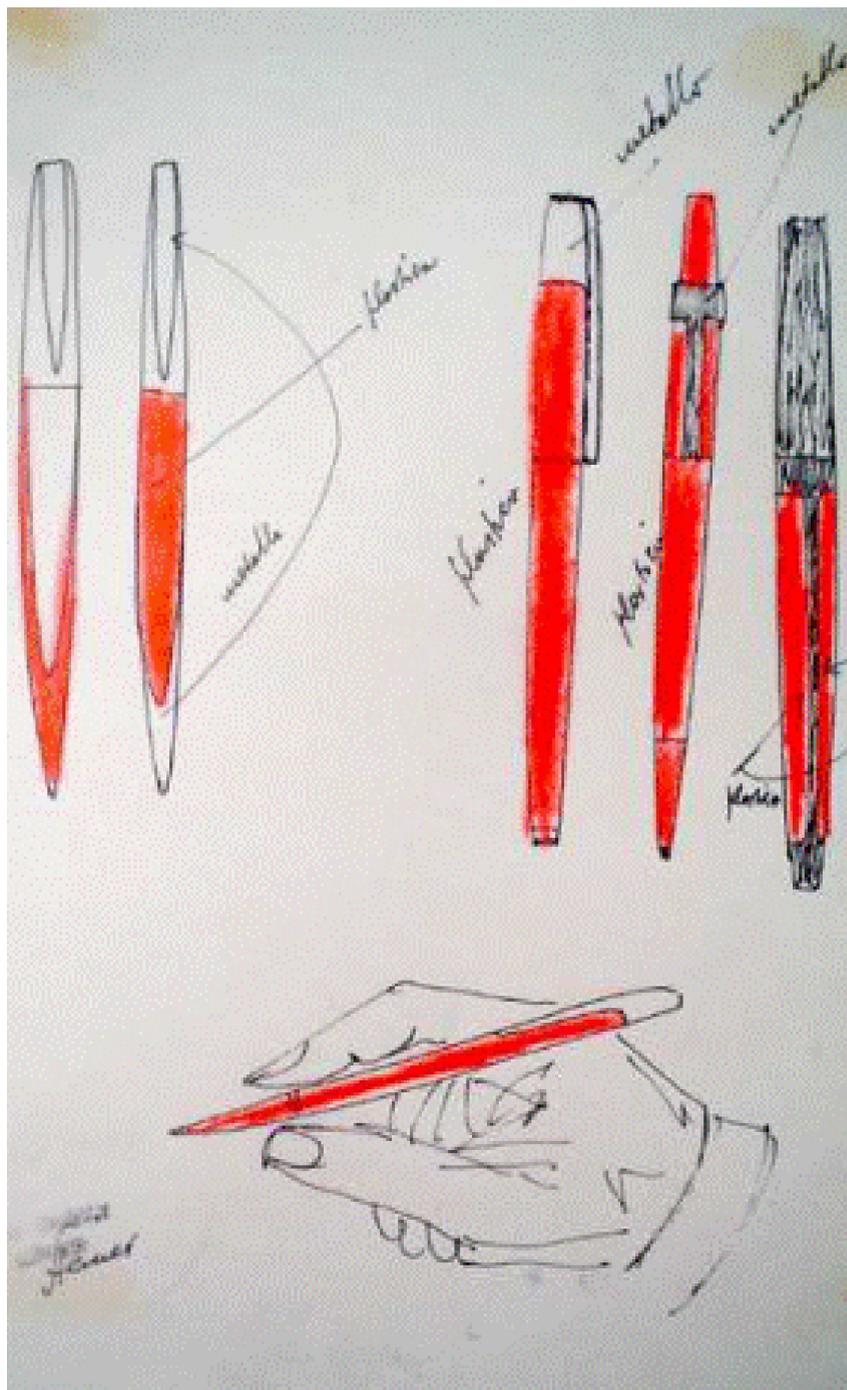
Italo Pasquon, Professore Emerito del Politecnico di Milano (Milano, dicembre 2008) <http://www.giulio-natta.it/ENG/archivio.html>

1935

Xanti Schawinsky realizza il manifesto di per il primo modello di macchina da scrivere portatile: MP1 Carrozzina disegnata da Aldo Magnelli in collaborazione con il fratello pittore Alberto

**Figura 52**  
Lavorazione di un pennino Aurora (2020)  
Archivio fotografico Aurora

**Figura 53**  
Studio di progetto  
di Albe Steiner  
per Aurora Sele 1  
(1956-1962)  
Archivio Steiner di Milano



# 3.1.1

## I designers e i modelli che hanno segnato la storia

In questo capitolo focalizzerò l'attenzione su designers che contribuirono a segnare la storia del design in entrambe le realtà imprenditoriali, l'Olivetti e l'Aurora.

**Marcello Nizzoli** (1887-1969) è stato un designer industriale, architetto e pittore, tra i più importanti del Novecento italiano, simbolo della modernità italiana e della rinascita industriale non-bellica. Alla fine degli anni Trenta iniziò a collaborare con l'Olivetti come pubblicitario e in seguito designer.

- AURORA: AURORA 88 1947

L'attività produttiva riprese nel 1946 nei nuovi stabilimenti di Strada Abbazia di Stura con il lancio del modello "88". La risposta del mercato nei confronti di questa penna fu talmente positiva che in breve tempo le guadagnò il soprannome di "Gloriosa 88". Fu infatti grazie al successo commerciale della "88" che Aurora poté velocemente recuperare la propria posizione di leader sul mercato.

La "88" era una penna estremamente moderna sia dal punto di vista tecnico che stilistico e rispondeva perfettamente alle esigenze del mercato dell'epoca. L'estetica della penna era caratterizzata dal contrasto tra il corpo nero ed il cappuccio in metallo bianco (chiamato Nikargenta): il richiamo alla "51" di Parker era più che evidente, ma con una linea più sobria e massiccia e veniva prodotta in un unico colore. Il suo serbatoio in celluloido con le estremità in ebanite nera, ne facevano una penna ancora "tradizionale". In linea con i dettami della "51" era anche il pennino carenato, disponibile in 17 gra

1935

Xanti Schawinsky  
progetta il negozio Olivetti  
a Torino

dazioni e due tipi di flessibilità. Sulla carenatura del pennino, in ebanite nera, erano incisi il logo “Aurora 88” ed un numero progressivo che si riferiva al numero di esemplari prodotti. Inizialmente nata con cappuccio in Nikargenta, la gamma delle “88” si ampliò velocemente e alle versioni con cappuccio placcato oro si affiancarono versioni con cappuccio in argento massiccio, con rivestimento completo laminato oro ed una variante con clip e cappuccio in oro massiccio 18 carati.

La modernità della “88” era pubblicizzata con lo slogan “Bella e Fedele” e veniva venduta all’interno di un originale astuccio in alluminio. Gli astucci, inizialmente in grigio con l’effigie della penna riprodotta all’esterno, vennero successivamente resi più vivaci e furono prodotti in vari colori: rosa, azzurro e giallo. Speciali astucci rossi con fascetta in argento massiccio vennero utilizzati per le versioni della “88” con cappuccio in oro massiccio, di cui si conoscono pochissimi e rari esemplari. Per i set stilo e portamine venivano utilizzati astucci in alluminio più grandi, nello stesso stile di quelli usati per le stilografiche.

Venne infine ideato uno speciale calamaio da viaggio, corredato da una carta assorbente con la scritta “88”. Nel 1952 gli annunci pubblicitari della “88” sottolineavano la diffusione commerciale della penna, con oltre 750.000 esemplari venduti; nello stesso anno, ricalcando famosi esempi del passato, Aurora dette vita ad uno specifico bollettino aziendale dedicato alla “88”.

Nel corso degli anni il modello subì una serie di revisioni sia tecniche che stilistiche. Le finiture in ebanite (fondello e carenatura del pennino) vennero abbandonate in favore di un corpo penna interamente in materiale plastico. La caratteristica clip dalla linea arrotondata venne sostituita da una clip più squadrata con inserto in smalto nero. Il modello venne rinominato “88K” e fu dotato di un nuovo alimentatore lamellare per una migliore regolazione del flusso dell’inchiostro.

Lo stile e la linea del modello rimasero un riferimento essenziale della produzione Aurora degli anni Sessanta. Alle versioni “88K” ed “88P” fece seguito l’Aurora “888” con caricamento a cartuccia e la serie dell’Aurora

International, una gamma di penne di prezzo medio con cappucci metallici in vari stili e finiture, corpo nero lucido o satinato, pennino in oro carenato e riempimento a cartuccia.

- OLIVETTI: NUMEROSI EDIFICI 1942-1960

Progettò numerosi edifici per l’Olivetti nella ‘città-azienda’ di Ivrea e altrove, avvalendosi di figure professionali dal profilo più tecnico alle quali destinò il compito di studiare la distribuzione funzionale e definire la struttura statica e gli impianti.

Nel 1942 unì ad occuparsi, a più riprese, del quartiere Canton Vesco, espansione a sud di Ivrea; con Ugo Sissa, aveva elaborato un primo piano di insediamento per abitazioni di impiegati della Olivetti; tra il 1950 e il 1953, con Annibale Fiocchi, all’epoca dipendente della ditta, costruì altri tre edifici per dipendenti ed alcuni blocchi di case a schiera unifamiliari; con Oliveri, con cui aveva costruito tra il 1950 e il 1951 sei ville unifamiliari in un altro quartiere di Ivrea, Castellamonte, realizzò anche la chiesa del Sacro Cuore. Collaborò con l’ingegnere napoletano Luigi Cosenza alla definizione cromatica della fabbrica modello Olivetti a Pozzuoli, conclusa nel 1954. Lavorò al palazzo per uffici costruito a Milano in via Clerici tra il 1954 e il 1956 con Fiocchi e Gian Antonio Bernasconi.

A partire dagli anni Sessanta lavorò al palazzo per uffici Olivetti a Ivrea; altri lavori rimasero su carta come nel caso del grande complesso per la pensione aziendale, sempre ad Ivrea.

- OLIVETTI: LEXIKON 80 1949

La Lexikon 80 fu un modello prodotto come alternativa alla M40 uscita nel 1930, macchina straordinaria concepita per un uso intensivo da ufficio, presentava nuove soluzioni ingegneristiche interessanti e soprattutto molte semplificazioni della produzione, una tra tutte l’abbandono della doppia guida a coda di rondine del carrello a favore di una barra rotonda su appoggi rotativi. Era presente un innovativo meccanismo delle maiuscole rotativo su cuscinetto a sfere e manteneva come la M40 l’ottimo sistema di rimozione rapida del carrello, che facilitava di molto, sia la pulizia che la manutenzione ordinaria.

- OLIVETTI: LETTERA 22 1950

La Lettera 22 fu una macchina per scrivere meccanica per

1936

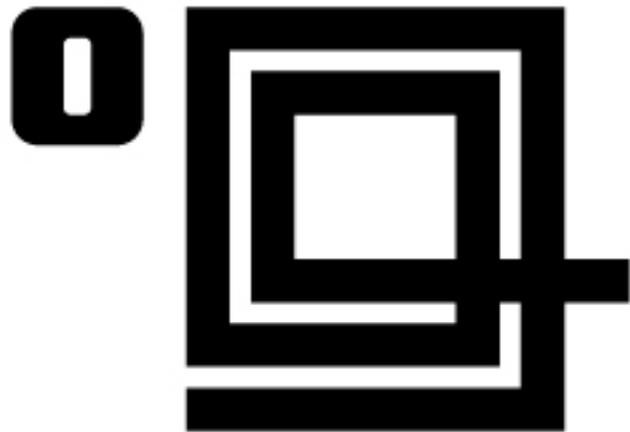


Aurora lancia la penna  
“Etiopia”

**Figure 54, 55 e 56**  
Aurora 88  
di Marcello Nizzoli  
(1947)  
Immagini tratte da  
[https://i.ebayimg.com/  
images/g/8yMAAOSwxkxi-  
SDwA/s-l1600.jpg](https://i.ebayimg.com/images/g/8yMAAOSwxkxi-SDwA/s-l1600.jpg)



**Figura 57**  
Nuovo Marchio Olivetti  
di Marcello Nizzoli  
(1952)  
Immagine tratta da  
[https://www.museodelmar-  
chioitaliano.it/marchi/img/  
olivetti/marchio-olivetti-13.  
jpg](https://www.museodelmarchioitaliano.it/marchi/img/olivetti/marchio-olivetti-13.jpg)





**Figura 58**  
Marcello Nizzoli  
(Anni Cinquanta)  
Immagine tratta da  
<https://www.olivetti.it/wp-content/uploads/2017/08/marcello-nizzoli.jpg>

**Figura 59**  
Lettera 22 Olivetti  
di Marcello Nizzoli  
(1950)  
Immagine tratta da  
<https://www.moma.org/collection/works/2967>

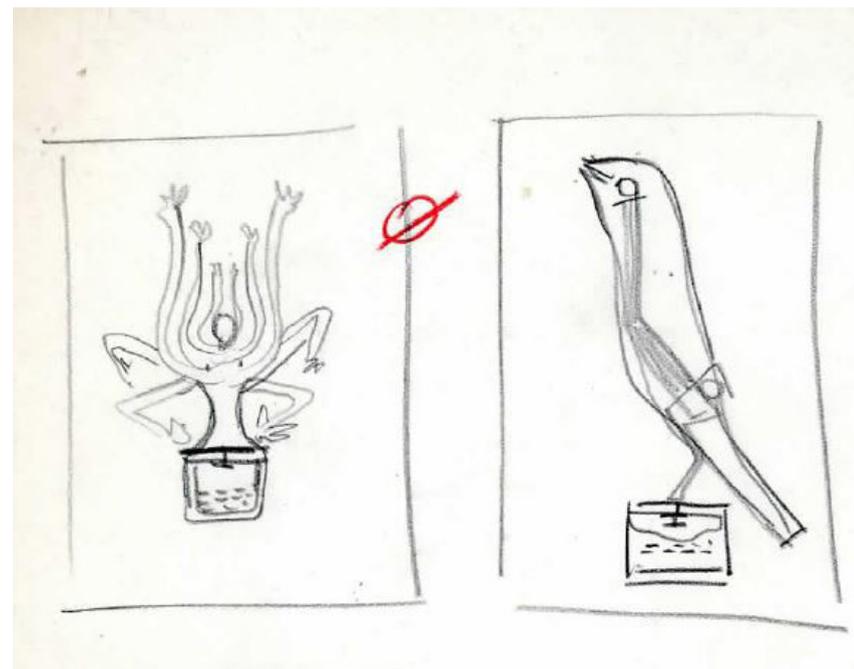
*«lo penso che ogni problema di industrial design conduca il designer a seguire una diversa procedura; anzi, che il valore di un buon disegno dipenda, alla base, dal rapporto tra il metodo seguito e la forma del prodotto disegnato. Lo scopo è raggiunto quando il designer è riuscito a tener presente tutti i condizionamenti e a farli diventare, durante il suo lavoro, altrettanti elementi che concorrono alla sua visione del prodotto.»<sup>5</sup>*

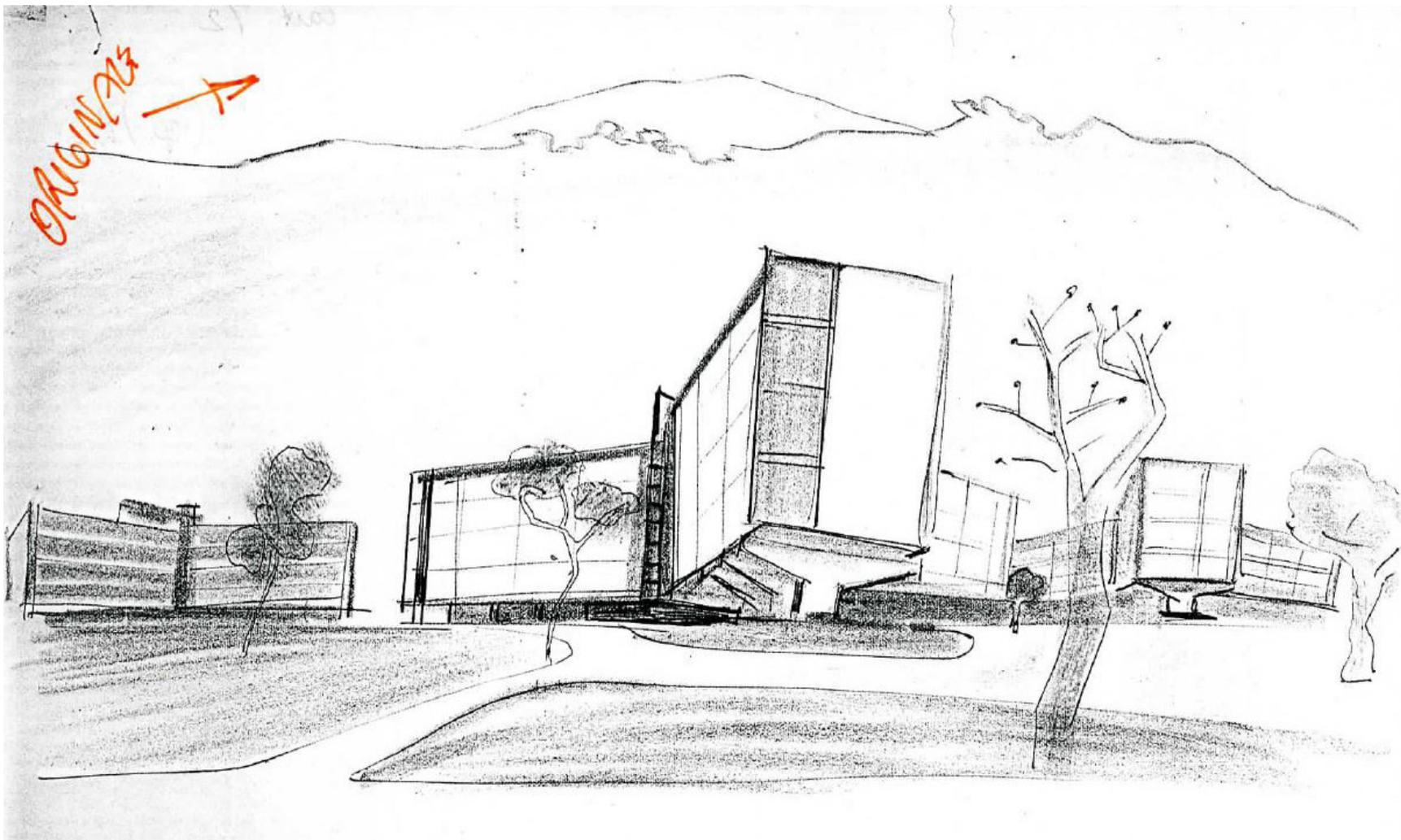
<sup>5</sup> Marcello Nizzoli dall'intervista a Stile Industria, "Quale metodo segue lei nella realizzazione dei nuovi modelli", aprile 1955. Fondo Fiocchi, Annibale. Secondo versamento. Rapporti con persone ed enti. Fascicolo 9048. Associazione archivio storico Olivetti.

**Figure 60 e 61**  
 Schizzi progettuali  
 di Marcello Nizzoli  
 Poster pubblicitario per  
 macchina per scrivere  
 Lexikon 80  
 ispirato ad un disegno  
 di un uccello di Paul Klee  
 (1950)  
 Fondo Design  
 Documentazione design  
 ex-Zorzi  
 Fascicolo 150  
 Associazione archivio  
 storico Olivetti



**Figure 62 e 63**  
 Schizzi progettuali  
 di Marcello Nizzoli  
 Poster pubblicitari  
 per vari prodotti Olivetti  
 (1950)  
 Fondo Design  
 Documentazione design  
 ex-Zorzi  
 Fascicolo 150  
 Associazione archivio  
 storico Olivetti

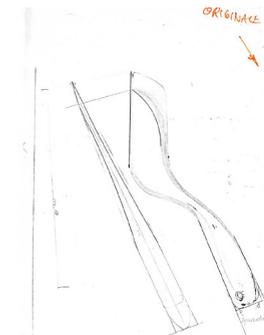
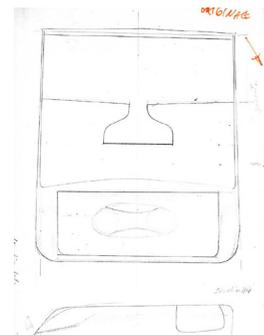
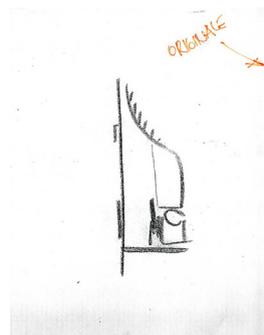
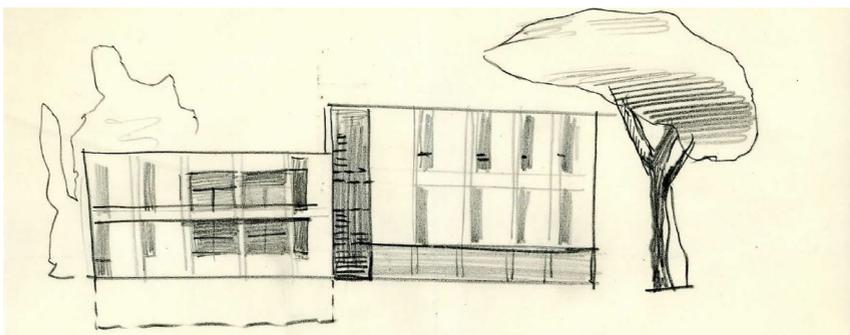




**Figure 64 e 65**  
 Schizzi progettuali  
 di Marcello Nizzoli  
 Edifici Olivetti  
 (1942-1960)  
 Fondo Design  
 Documentazione design  
 ex-Zorzi  
 Fascicolo 150  
 Associazione archivio  
 storico Olivetti

**Figura 66**  
 Schizzo progettuale  
 di Marcello Nizzoli  
 Lexikon 80  
 (Fine anni Quaranta)  
 Fondo Design  
 Documentazione design  
 ex-Zorzi  
 Fascicolo 150  
 Associazione archivio  
 storico Olivetti

**Figura 67**  
 Schizzo progettuale  
 di Marcello Nizzoli  
 Lerrera 22  
 (Anni Cinquanta)  
 Fondo Design  
 Documentazione design  
 ex-Zorzi  
 Fascicolo 150  
 Associazione archivio  
 storico Olivetti



**Figura 68**  
 Schizzo progettuale  
 di Marcello Nizzoli  
 Tagliacarta Olivetti  
 (Anni Sessanta)  
 Fondo Design  
 Documentazione design  
 ex-Zorzi  
 Fascicolo 150  
 Associazione archivio  
 storico Olivetti



1936

Termina la collaborazione commerciale ed industriale tra Aurora e Edacoto a seguito delle sanzioni decretate dalla Società delle Nazioni nei confronti dell'Italia e delle conseguenti ritorsioni decise dal governo italiano



1936

Giovanni Enriques fu chiamato a dirigere, con la più estesa procura, l'Ufficio esportazioni dell'Olivetti

tatile, tra i prodotti di maggior successo dell'Olivetti, negli anni Cinquanta, ricevette premi sia in Italia (Compasso d'Oro nel 1954) che all'estero (miglior prodotto di design del secolo secondo l'Illinois Institute of Technology nel 1959). È esposta nella collezione permanente di design al Museum of Modern Art di New York.

- OLIVETTI: NUOVO MARCHIO 1952

Nel 1952 elabora un nuovo marchio. La forma adottata, che viene impressa sulla macchina per scrivere Studio 44, è quella di una greca, preceduta da una piccola lettera "o" in grassetto. Il significato del nuovo simbolo, come lo stesso Nizzoli ebbe a dire, è quello di "inizio senza fine": un marchio che si propone di rappresentare un'azienda in continua crescita.

**Marco Zanuso** (1916-2001) è stato fra i maggiori interpreti della cultura del moderno, come architetto, designer e docente universitario. È stato uno dei primi progettisti in Italia interessato ai problemi dell'industrializzazione del prodotto oltre la questione estetica, per incorporare delle variabili di tipo tecnologico, industriale, distributivo e comunicativo. La forma di un oggetto destinato alla riproduzione seriale era quindi una sintesi di opportunità, sperimentazioni e innovazioni situate nel processo concreto che lega creatività, produzione e contesto socioculturale.

- AURORA: HASTIL 1970

È caratterizzata dal fascino del serbatoio e cappuccio in ecosteel diamantato che ne definisce rigore e carattere. È una penna perfettamente cilindrica. Il cappuccio, alla base, presenta la scritta AURORA ed è tipo a scatto; il fermaglio è a comparsa in quanto la posizione di riposo fa corpo unico con il cappuccio, all'estremità è rialzato in modo da facilitare l'inserimento nel taschino. La zona prensile è zigrinata e lievemente più sottile del diametro della penna dove vi è inciso il numero seriale. Il pennino, in oro bianco massiccio da 14 K.R., possiede una linea slanciata in cui spicca la punta d'iridio. Il pennino è scorrevole in tutte le direzioni complice anche l'ottimo flusso d'inchiostro; dispositivo idrograph per il controllo del flusso d'inchiostro. Il sistema di caricamento può essere a cartuccia "king size" ed a "Trick-trak". La confezione è cilindro-verticale e contiene, oltre alla pen-

na, due cartucce., il "Trick-trak" e la garanzia internazionale.

- AURORA: THESI 1974

La penna a sfera Thesi rappresenta una delle unicità d'eccellenza tutte italiane. È diventata un simbolo per la manifattura di pregio, un oggetto dall'eleganza inconfondibile, linea ultrapiatta e minimale, massima efficienza tecnica. Pratica grazie alle sue dimensioni ridotte per un peso di soli diciannove grammi. Pordotta in ottone cromato, argento e vermeil. La linea è ultrapiatta con sezione ad ellisse e la punta è tagliata a scalpello. L'asta è trattata al nichelio con satinatura differenziata. Il refill è di nuova concezione a lunga durata e anche i meccanismi sono di concezione rivoluzionaria: ha un push clip, uno slider, un retractor ed un ejector.

Vi è una lunga collaborazione con l'Olivetti e il progetto della "fabbrica" costituisce il "luogo" ideale per la sperimentazione di una moderna concezione dell'ambiente lavoro, unendo all'impegno sociale la profonda fiducia nel progresso tecnico-scientifico senza ricadere tuttavia nella mera esaltazione del "potere" tecnologico e delle sue potenzialità.

- OLIVETTI: FABBRICA IN BRASILE 1957-1959

Lavora alla nuova fabbrica in Brasile, a Guarulhos, a pochi chilometri da San Paolo, inizialmente utilizzata per la produzione di due soli modelli di macchine per scrivere: la Studio 44 e la Lexikon 80. La fabbrica è a ciclo completo: le lavorazioni partono dalla lamiera e dalle altre materie prime per arrivare fino al prodotto finito e collaudato, pronto per la consegna. La struttura è caratterizzata da grandi cupole a pianta triangolare che poggiano su colonne cave, all'interno delle quali sono sistemate le apparecchiature per il condizionamento. Le volte, parzialmente sovrapposte, consentono un ambiente arioso, ben protetto dall'eccesso di luminosità e calore tipico di quest'area.

- OLIVETTI: FABBRICA IN ARGENTINA 1958-1960

Lo sviluppo e il ruolo strategico del mercato argentino, tradizionalmente molto legato all'Italia, nel corso degli anni Cinquanta inducono l'Olivetti a programmare la costruzione di un nuovo stabilimento con capacità produttiva più adeguata. Viene individuata un'area nei pressi della città di Merlo e gli viene chiesto di

sviluppare il progetto in modo tale da rendere agevoli i successivi ampliamenti e adotta pertanto una soluzione basata su moduli rettangolari disposti secondo uno schema ortogonale in modo tale da poter ampliare la struttura, ove necessario, in ogni direzione. Elemento chiave del progetto sono le grandi travi in cemento precompresso realizzate secondo la tecnica della trave cava, che, oltre a divenire un carattere architettonico distintivo dello stabilimento, agevola la sistemazione dei condotti idraulici ed elettrici e delle condotte d'aria per il riscaldamento e condizionamento degli ambienti. Marco Zanuso ricorre a piccoli e grandi cortili interni, a zone verdi, pozzi di luce, ampie vetrate con visibilità sull'area verde, vari corpi staccati, ma distribuiti razionalmente, con l'obiettivo di rendere i luoghi del lavoro meno alienanti e dispersivi, più riposanti e integrati con l'ambiente esterno.

- OLIVETTI: STABILIMENTI IN ITALIA 1962-1972

Nel 1962 la direzione delle fabbriche Olivetti avvia un ampio progetto di ristrutturazione dei suoi edifici di Scarmagno (Ivrea), ipotizzando la realizzazione un nuovo centro industriale più a sud, basato su principi di modularità

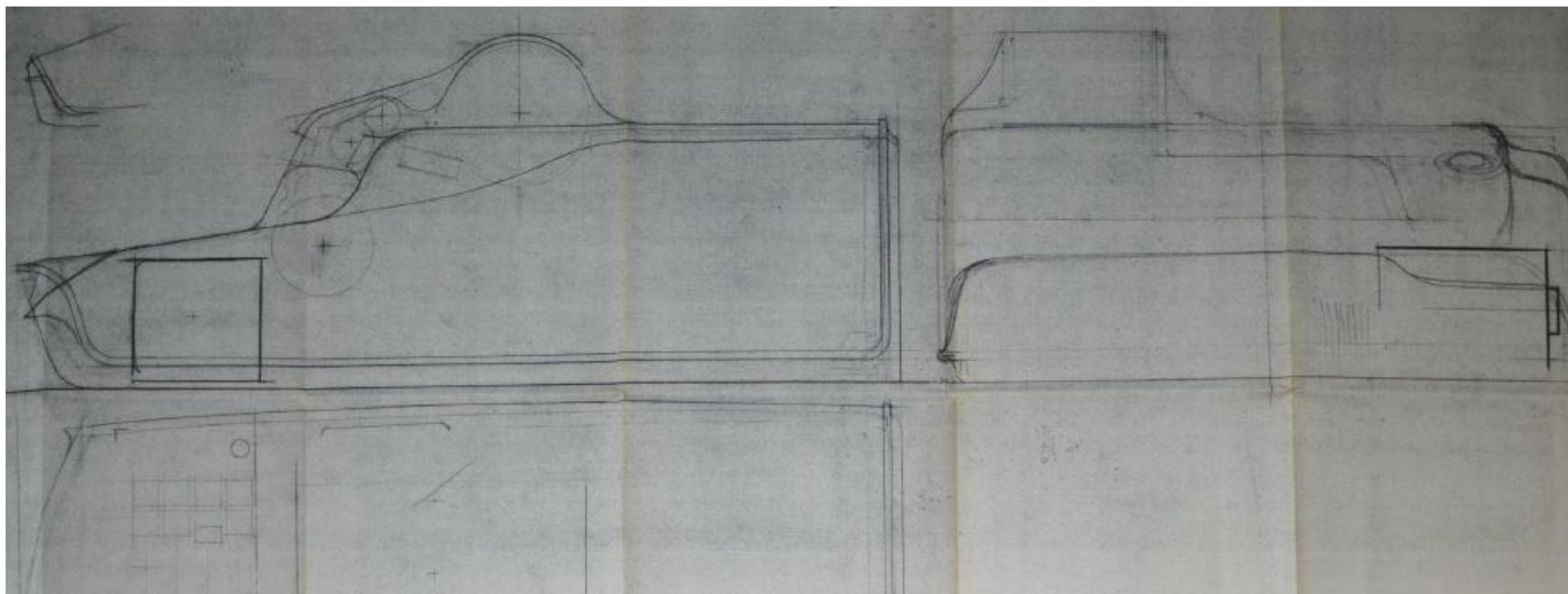
e flessibilità. L'idea fondamentale consiste nella progettazione di un sistema spaziale tipo, composto da un abaco di elementi prefabbricati compatibili, con le esigenze di ciascuna unità produttiva, in grado di generare stabilimenti ampliabili e riconfigurabili grazie alla ripetibilità e duttilità del modulo di base. La costruzione dello stabilimento di Crema (Cremona) viene avviata nel febbraio del 1969 e si inserisce sul tema dell'edificio prefabbricato e sullo sviluppo di una matrice modulare di base per gli stabilimenti produttivi; qualche mese dopo verrà realizzato anche il polo di Marcianise (Caserta).

- OLIVETTI: PROGRAMMA 101 1963-1965

Il progetto della "carrozzeria" della Programma 101 venne realizzato da Mario Bellini, all'epoca un giovane architetto che venne preferito ad altri designer che avevano già lavorato per l'Olivetti. Marco Zanuso era in realtà stato contattato per primo, ma la sua proposta era un grosso involucro autoportante, più simile a quello di un mainframe, che avrebbe vanificato tutti gli sforzi fatti per ottenere una macchina più piccola e leggera possibile.

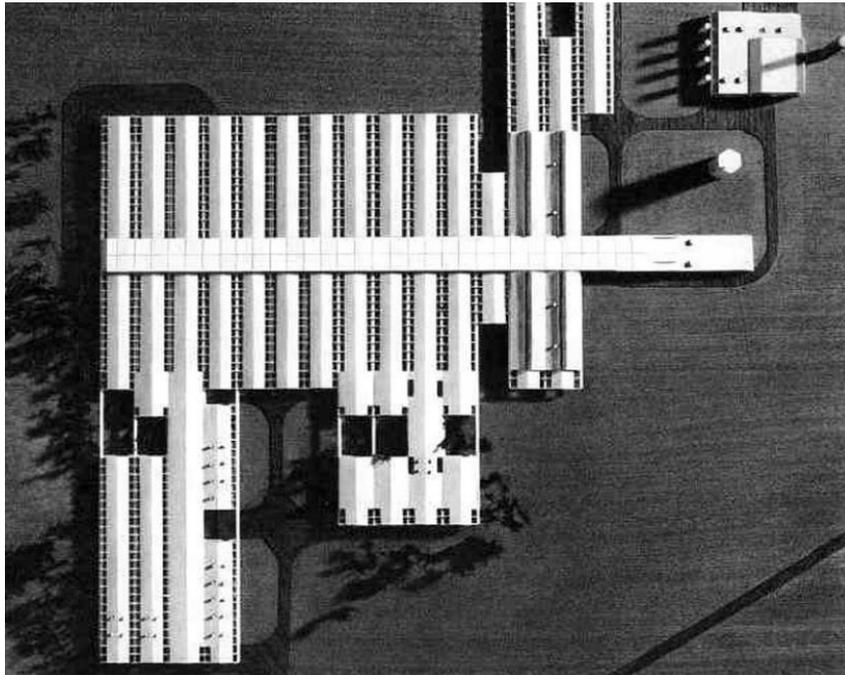
1937 

Il 10 giugno, Isaia Levi si fece promotore della costituzione di una società parallela all'Aurora e viene costituita in Torino, con sede in Via della Basilica 9, la S.A.P.E.M., Società Anonima Penne e Matite



**Figura 69**  
Disegni di Marco Zanuso per carrozzeria "Programma 101" Olivetti (Agosto 1964)  
Fondo Design  
Documentazione design ex-Zorzi  
Fascicolo 360  
Associazione archivio storico Olivetti

**Figura 70**  
Fabbrica Olivetti in Brasile  
(Anni Sessanta)  
Immagine tratta da  
<https://www.storiaolivetti.it/media/cache/6b/94/6b945e9591ef414d-6736b691e5f51b53.jpg>  
Archivio storico Olivetti



**Figura 71**  
Fabbrica Olivetti  
in Argentina  
(Anni Sessanta)  
Immagine tratta da  
<https://www.storiaolivetti.it/media/cache/74/a7/74a734fd79e80c-975db7aeff8eb7fb6a.jpg>  
Archivio storico Olivetti



<sup>6</sup> Marco Zanuso è stato uno dei massimi interpreti della cultura del moderno. Gran Premio della Triennale di Milano (VIII, IX, X, XI, XIII) e cinque Compassi d'Oro negli anni tra il 1956 e il 1985. Fondamentale il suo contributo nell'ambito del disegno industriale, grazie a un approccio capace di dare forma a variabili di ordine tecnologico, industriale, distributivo e comunicativo.

**Figura 72**  
Marco Zanuso (1954)  
Immagine tratta da  
<https://www.memphis-milano.com/wp-content/uploads/2020/06/MarcoZanuso.jpg>

*«Mi interessa dare forma attraverso il progetto a quello che chiamo complessità.»<sup>6</sup>*



**Figure 73 e 74**  
 Hastil Aurora  
 di Marco Zanuso  
 (1970)  
 Immagini tratta da  
<https://www.moma.org/collection/works/1919>



**Figure 75, 76, 77 e 78**  
 Thesi Aurora  
 di Marco Zanuso  
 (1974)  
 Archivio storico Aurora

**Figure 79 e 80**  
Lettera scritta da Giorgio  
Trossarelli e indirizzata  
a Marco Zanuso  
Proposta di far parte al  
Comitato Centrale di Comu-  
nità del canavese  
(21 maggio 1949)  
Fondo Adriano Olivetti  
22.3 Corrispondenza  
1912-1964  
22.3.1 Carteggi ordinati per  
corrispondente  
Fascicolo 2604  
Associazione archivio  
storico Olivetti

*Zanuso*

via Roma, n.4 Ivrea

Ivrea, 21 maggio 1949

**Egregio Architetto,**

gli esperimenti e gli sviluppi della nostra azione in Piemonte, l' interesse che la nostra Rivista e le "Edizioni di Comunità" hanno destato nel Paese, la crisi ideologica dei partiti socialisti, ci incoraggiano a estendere con logica prudenza la nostra organizzazione . Riaggiornato, attraverso la esperienza di due anni di attività, è stato in questi giorni pubblicato lo Statuto provvisorio del nostro Movimento . Esso prende il nome di "Linee e mezzi di azione" ed Ella lo troverà qui allegato .

Recentemente, con la sanzione degli iscritti, è stato costituito il primo Comitato per la Comunità del Canavese, composto dai signori :

ing. Adriano Olivetti  
dr. Giuliano Bergaglio  
prof. Virginio Debenedetti  
dr. Tullio Fazi  
arch. Annibale Fiocchi  
dr. Geno Pampaloni  
dr. Giorgio Trossarelli  
dr. Tuòlo Tulli  
dr. Ignazio Weiss

Valendosi delle disposizioni transitorie che considerano impossibile, nella attuale fase di avviamento, costituire gli organi superiori nella forma che potranno assumere quando l' organizzazione sarà estesa in tutte le regioni, questo Comitato oggi prende l' iniziativa di costituire, a norma dello Statuto provvisorio, il primo e più importante organo nazionale : il Comitato Centrale delle Comunità .

Memori dell' interessamento che Ella da tempo ha dimostrato per il nostro Movimento, ci permettiamo, per decisione unanime di questo Comitato, di pregarLa di accettare di far parte del costituendo Comitato Centrale delle Comunità .

La prima riunione del predetto Comitato avrà luogo a Milano nel corso del mese di Giugno .

./.

La presente lettera è stata inviata anche a tutte le persone di cui all' elenco che Le alleghiamo .

Ci è gradita l' occasione per inviarLe i nostri migliori saluti.

p.il Comitato per la Comunità del Canavese

(dr.Giorgio Trossarelli)

Egregio signor  
Architetto Marco Zanuso  
via Carducci, 4  
Milano

Allegato : n. 1 opuscolo "Fini e fine della politica"  
" 1 " "Linee e mezzi d' azione"  
" 1 elenco

72  
Ivrea, 14 settembre 1959

Caro architetto Zanuso,

L'Istituto Italiano per i Centri Comunitari ha deciso di preparare un progetto di massima che, se approvato, dovrebbe essere eseguito piuttosto rapidamente.

Il terreno, che Lei potrà visitare appena possibile, è in comune di Salerano Canavese, a tre chilometri circa da Ivrea, ed ha una superficie di circa 16.000 metri quadrati (cifra che meglio preciseremo), comunque ampiamente sufficiente per i bisogni del nostro centro sociale, che Le enumero qui appresso:

- Sala delle riunioni, conferenze, trattenimenti; posti a sedere 150; fondo adatto a proiezioni cinematografiche a 16 mm; esclusa invece una vera e propria possibilità di teatro drammatico.
- Sale di m 5 x 5, da edibirsi: 1) a biblioteca e sala di lettura riviste; 2) a sala per corsi serali.
- Sale di m 3 x 4 circa, da adibirsi: 1) a segreteria; 2) assistente agricolo; 3) riunioni direttivo; 4) biblioteca per adolescenti; 5) riunioni gruppi sportivi; 6) a disposizione della Lega dei Comuni.
- Locali per ambulatorio medico generale, ambulatorio dentistico, sala d'aspetto, ufficio del medico.
- Corridoi di una certa ampiezza, in modo da poterne ricavare delle attese.  
E' anche necessario prevedere la posizione di un apparecchio televisivo, che potrebbe essere sistemato in una saletta apposita di m 4 x 5.

./.

2.

Il Comune di Salerano è sprovvisto di asilo infantile, che dovrebbe far parte del centro sociale, pur mantenendo una certa indipendenza di entrate e di uscite e una certa privatezza del giardino. Si deve però tener conto che i bambini frequenteranno l'asilo assolutamente non nelle ore in cui il centro è in funzione, ad esclusione naturalmente dell'ambulatorio, e poco più.

- Campi da gioco (campi di bocce, pallacanestro, ed eventualmente tennis), da definirsi secondo lo spazio a disposizione.

Il progetto dovrebbe essere studiato in modo che la costruzione possa avvenire in due tempi assolutamente staccati, in quanto l'asilo godrebbe di un eventuale finanziamento autonomo. Per l'asilo Le daremo in una prossima lettera gli elementi indispensabili.

Dal punto di vista architettonico, penso che il progetto, la cui vicinanza con gli stabilimenti di Ivrea e il fatto che si trova al centro di tre comuni aventi una ben scarsa ricchezza di tradizioni architettoniche, dovrebbe rompere completamente con l'ambiente e richiamarsi ad una tradizione di sano razionalismo funzionale.

Dal punto di vista dei costi, ci rimettiamo alle tecniche usate al Centro Comunitario di Palazzo, dove, pur rimanendo ad un livello qualitativo soddisfacente, è stato escluso ogni uso di materiale di lusso.

Resto in attesa di conoscere il Suo pensiero in merito, e soprattutto se Ella accetta di preparare per noi il progetto. Mi abbia intanto, con cordiali saluti,

(dott. ing. Adriano Olivetti)

Egregio Architetto  
Marco Zanuso

M i l a n o  
via Lanzzone 31

Figure 81 e 82  
Lettera scritta da Adriano Olivetti e indirizzata a Marco Zanuso  
Progetto architettonico a Salerno  
(14 settembre 1959)  
Fondo Adriano Olivetti  
22.3 Corrispondenza 1912-1964  
22.3.1 Carteggi ordinati per corrispondente Fascicolo 2604  
Associazione archivio storico Olivetti



1938

Aurora lancia il modello  
Selene

**Albe Steiner** (1913-1974) cresciuto alla cultura visiva del Bauhaus e convinto assertore del collegamento tra attività artistica e impegno politico e sociale, ha dato un fondamentale contributo, attraverso la ricerca di un linguaggio visivo privo di formalismi, allo sviluppo della grafica italiana degli anni Cinquanta e Sessanta. Collabora con l'Olivetti e l'Aurora e per la Zanichelli, dal 1960 al 1974, rinnova le edizioni scolastiche, soprattutto i volumi a carattere scientifico, riconfermando anche per questa via la passione pedagogica e il profondo interesse sempre rivolto al mondo della scuola.

- AURORA: DUOCART 1954

L'adozione della cartuccia in casa Aurora era coincisa con l'introduzione del modello Duocart nel 1954, una stilografica disegnata da Abe Steiner e destinata al mercato sudentesco. Prodotta con corpo in materiale plastico di vari colori, anche la Duocart riproponeva lo stile "88" nel cappuccio metallico e nella sagoma della clip. La grande novità di questa penna era rappresentata dalla possibilità di contenere al proprio interno due cartucce, garantendo in tal modo una grande autonomia di scrittura.

- AURORA: AURORA SELE 1959

La penna era caratterizzata da un esemplare disegno industriale e possedeva un ricambio per ricarica, tecnicamente chiamato "refill", di tipo svedese; Aurora Sele nasce quindi come penna a sfera dalla linea affusolata; la circonferenza nel corpo centrale è uniforme, rastremata verso la punta. La superficie è liscia, priva di decorazioni. La penna veniva realizzata in materiale plastico in cinque diversi colori: grigio, nero, arancio, verde e blu. Il meccanismo a scatto, dotato di un pulsante entrante nel corpo della penna era metallico e zigrinato orizzontalmente per consentire il grip e la spinta verso il basso; metallica lo era anche la clip anch'essa con un linea molto sottile. Veniva venduta a mille lire in un'apposita scatoletta litografata.

- AURORA: AURORA 98 1963

Nel 1963, stesso anno in cui Franco Verona diventa direttore generale, nasce Aurora 98, con il pennino ricoperto, ma con un sistema di caricamento sia a stantuffo che a cartuccia.

Anche questo modello, denominato "98 - Riserva Magica", fu di derivazione "88". Stilisticamente simile alla "888" (clip squadrata, testina del cappuccio tagliata con finitura nera, serbatoio in materiale plastico nero lucido o satinato, pennino carenato), la "98" aveva un caricamento a stantuffo dotato di uno speciale meccanismo, chiamato appunto "riserva magica", che permetteva di usare fino all'ultima goccia di inchiostro contenuto nel serbatoio. La "98" venne prodotta con cappucci in vari stili e decorazioni oltre che con rivestimento completo laminato oro, argento massiccio e oro massiccio (versione "GL": Gran Lusso).

- AURORA: AURETTA 1965

Franco Verona si affida a lui per iniziare le prove tecniche di qualcosa di totalmente nuovo e grazie alla sua visione e alla collaborazione dell'ufficio stile Aurora, nasce la "Auretta", evoluzione in chiave nuova e più economica dei prodotti del passato. È in plastica, di diversi colori, con il pennino parzialmente coperto e può contare sull'utilizzo di due cartucce. La grande innovazione sta nel marketing: la campagna pubblicitaria dell'autunno 1965 comprende anche la pubblicità televisiva e in poco tempo in tutte le scuole si comincia ad utilizzare.

- OLIVETTI: MANIFESTO 1949

Realizza il manifesto per l'azienda Olivetti che verrà utilizzato anche come immagine di copertina per la pubblicazione "Visita a una fabbrica" Ufficiale Pubblicità della C. Olivetti & C. Il manifesto rappresenta due ingranaggi, uno grigio chiaro e uno grigio scuro che si sovrappongono tra di loro mantenendo, nell'intersecazione, la trasparenza reciproca.

**Giorgetto Giugiaro** (1938), designer industriale torinese noto per le sue collaborazioni con Alfa Romeo e Maserati, nonché per essere il padre della Fiat Panda, collabora alla fine degli anni Settanta con Aurora. In questi anni inoltre la linea produttiva di Aurora inizia ad inserire stabilmente anche la realizzazione di roller e penne a sfera.

- AURORA: KONA 1980

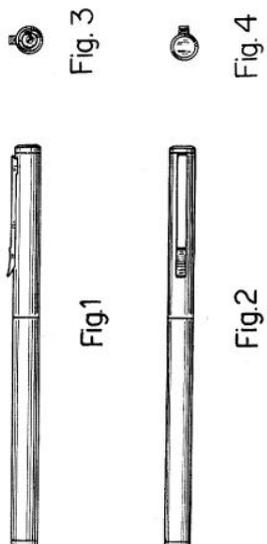
Il corpo in titanio è lavorato con scanalature che la



1939

Aurora lancia una nuova  
serie di stilografiche cono-  
sciute come le  
"Biancaneve"

U.S. Patent Jan. 18, 1983 Sheet 1 of 2 Des. 267,655



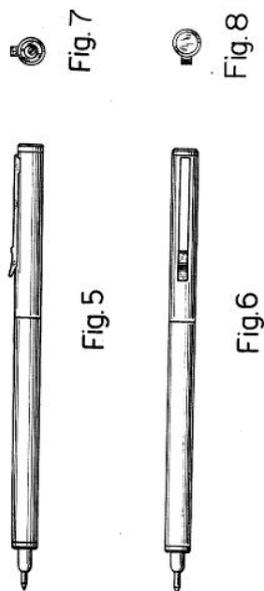
rendono simile ad una colonna dorica, con un puntale dal design caratteristico. La clip segue armonicamente la forma e le scanalature del corpo; il pennino è in oro massiccio 14 K.T. La penna poteva essere stilografica o a sfera. Vi sono in archivio dei cataloghi che rappresentano set duplici: stilografica con caricamento a cartucce e penna sfera ricaricabile con meccanismo a rotazione.

• OLIVETTI/AURORA: PROGETTO ITALIAN DESIGN

Durante la consultazione di alcune documentazioni all'Associazione archivio storico Olivetti, cercando tra le parole chiave Giorgetto Giugiaro, ho trovato un catalogo interessante un progetto denominato "Italian Design" che vede protagoniste alcune aziende del design italiano tra cui Aurora e Olivetti. La promozione e il merchandising di questo evento era la Fiat. Venne realizzata un'installazione la quale esponeva la "Hastil" per l'Aurora e la "Lettera 35" per l'Olivetti.

**Figura 83**  
Brevetti Penna Hastil a sfera  
(Data di registrazione 18/01/1983)  
Numero di registrazione D267655  
Codice dell'ufficio di registrazione US Marco Zanuso  
Immagini trattate da <https://www.tmdn.org/tmview/api/design/image/US70000000D267655-0001-001>

U.S. Patent Jan. 18, 1983 Sheet 2 of 2 Des. 267,655



**Figura 84**  
Installazione Progetto "Italian Design"  
Esposizione "Hastil" Aurora e "Lettera 35" Olivetti  
(Anni Settanta)  
Fondo Raccolta Documentazione design ex-Zorzi  
Fascicolo 126  
Associazione archivio storico Olivetti

<sup>7</sup>A. Steiner, *Il mestiere di grafico*, Einaudi, Torino, 1978.

*«Il mio primo compito è capire i pregi, le qualità del prodotto, conoscere l'impegno di chi lo produce, del tecnico che lo concepisce e lo elabora, dell'operaio che lo lavora. La mia opera va nel senso stesso della produzione, non verso la speculazione ma verso la fruizione, l'uso corrente di quello che è un nostro diritto nella civiltà industriale... Se il prodotto non corrisponde a certe regole o a certe intenzioni, il disegnatore deve rifiutarsi di collaborare, per non essere correo di una truffa nei confronti della società e dei consumatori...Il consumatore viene prima del prodotto, quindi la grafica deve essere al servizio del pubblico e spingere solo quei prodotti che sono utili anche al consumatore.»<sup>7</sup>*



**Figura 85**  
Albe Steiner  
(1973)

Immagine tratta da [https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/4/4a/Paolo\\_Monti\\_-\\_Servizio\\_fotografico\\_-\\_BEIC\\_6361591.jpg/800px-Paolo\\_Monti\\_-\\_Servizio\\_fotografi](https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/4/4a/Paolo_Monti_-_Servizio_fotografico_-_BEIC_6361591.jpg/800px-Paolo_Monti_-_Servizio_fotografi)



**Figura 86**  
Auretta Aurora  
(1965)

Archivio storico Aurora



**Figura 87**  
Duo Cart Aurora  
di Albe Steiner  
(1954)  
Immagine tratta da <http://penhabit.com/wp-content/uploads/2017/06/P1010390.jpg>



**Figure 88 e 89**  
98 Aurora  
di Albe Steiner  
(1963)  
Immagini tratte da <https://www.arsvalue.com/it/lotti/597403/aurora-98-penna-stilografica-pennino-in-oro-14k-anni-60>

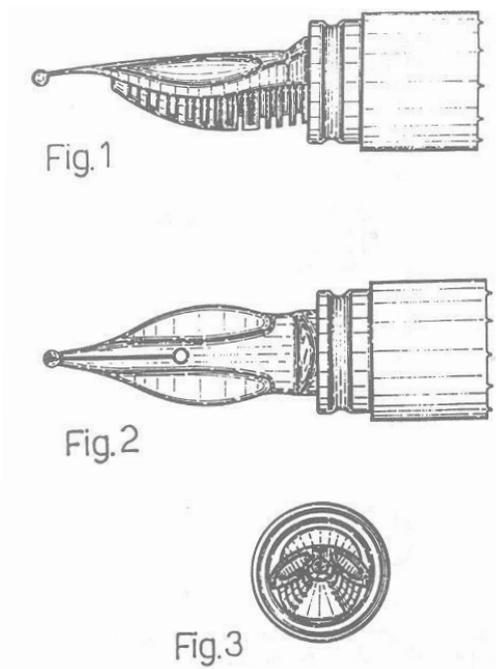


**Figura 90**  
Dettaglio pennino  
Kona Aurora  
di Giorgetto Giugiaro  
(1980)  
Archivio storico Aurora

**Figura 91**  
Kona Aurora  
di Giorgetto Giugiaro  
(1980)  
Archivio storico Aurora

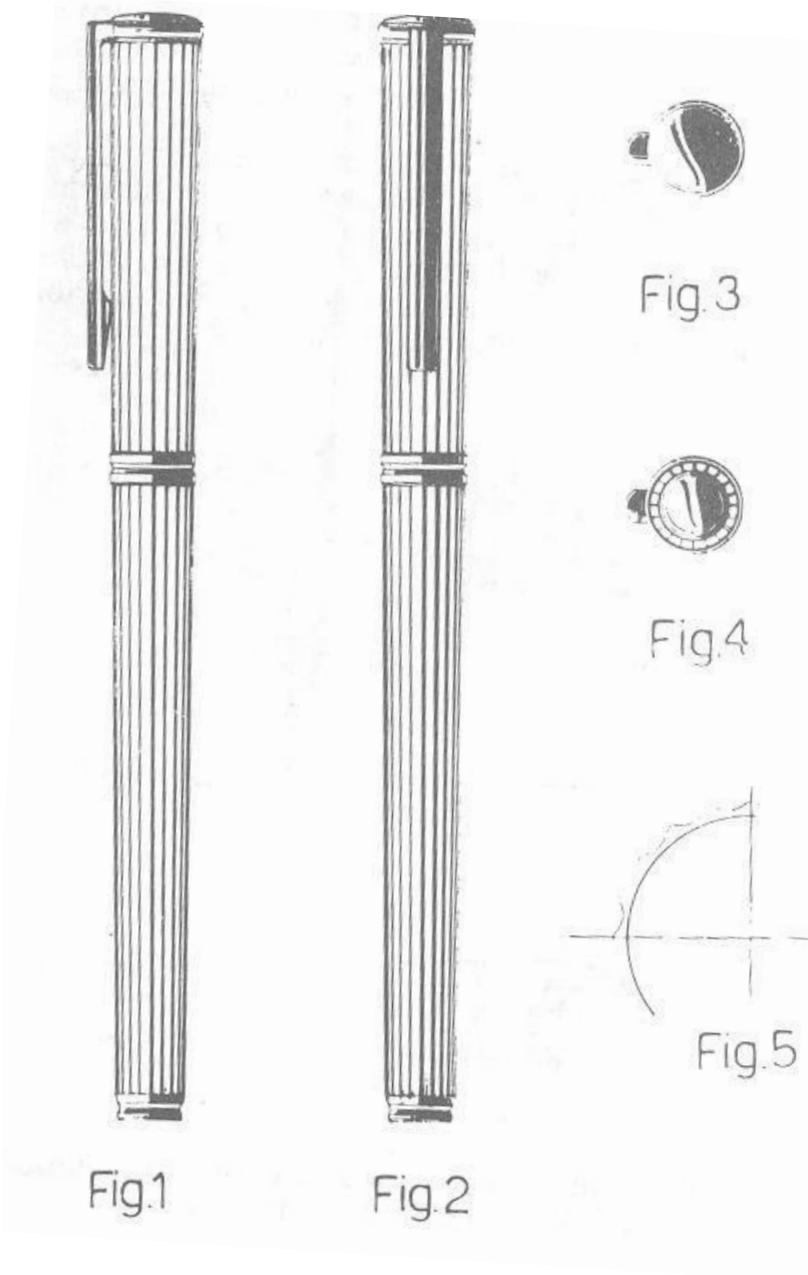
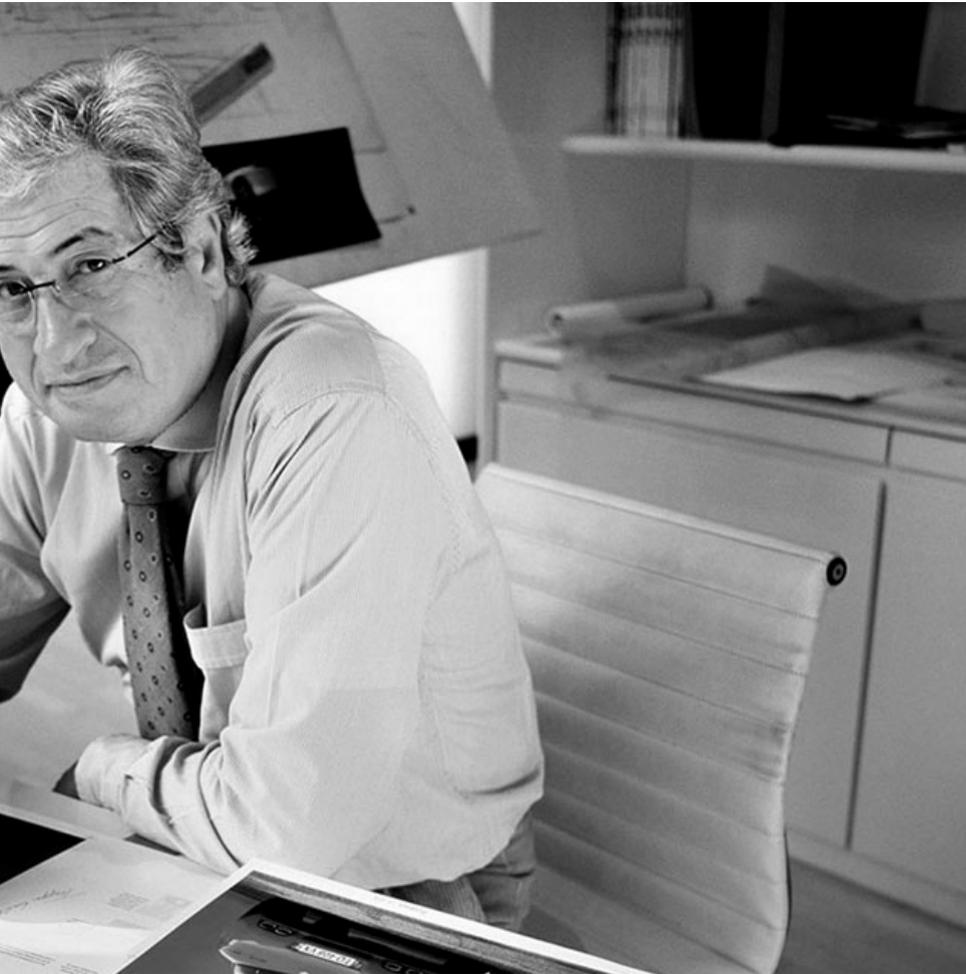
<sup>8</sup> Giogetto Giugiaro dall'intervista a Casastile "Il made in Italy è tensione verso la qualità", [www.arketipomagazine.it](http://www.arketipomagazine.it), 15 aprile 2008.

«Pensare italiano significa attingere a una cultura che è dentro di noi, nei difetti, nella sua originalità e nella sua storia. Pensare italiano significa anche tutta una serie di atteggiamenti molto diversi tra loro: come si mangia, come ci si comporta, un insieme di esperienze che costituiscono il modo di vivere e di relazionarsi. Certo, è un modo di vedere molto singolare, non percepibile in termini di massa: non si tratta di un comune pensare, ma una qualità distintiva, quasi egoista. Il nostro è un modo di vedere molto personale, sintesi di un dna che viene da lontano e che fa sì che quello che si produce sia caratterizzato da una connotazione particolare. Il prodotto italiano si apprezza per l'approfondimento che reca in sé, come espressione di un gusto raffinato, sia che si tratti di cibo, di abbigliamento oppure di arredamento. La voglia far bene, la voglia di andare a fondo al di là delle necessità, di trovare una connotazione un po' unica.»<sup>8</sup>



**Figura 92**  
Brevetto Pennino Kona  
(Data di registrazione  
09/10/1987)  
Numero di registrazione  
10112166  
Codice dell'ufficio  
di registrazione ES  
Giorgetto Giugiaro  
Immagine tratta da  
<https://www.tmdn.org/tmview/api/design/image/ES71000000112166-0001-001>





**Figura 93**  
 Giorgetto Giugiaro  
 (2021)  
 Immagine tratta da  
<https://www.olivari.it/wp-content/uploads/2017/08/giorgetto-giugiaro.jpg>

**Figura 94**  
 Brevetto Penna Kona  
 (Data di registrazione  
 23/01/1987)  
 Numero di registrazione  
 I0112167  
 Codice dell'ufficio  
 di registrazione ES  
 Giorgetto Giugiaro  
 Immagine tratta da  
<https://www.tmdn.org/tmview/api/design/image/ES710000000112167-0001-001>

# 3.1.2

## I disegni e i brevetti

In questa sezione riporterò alcuni brevetti, non riconducibili a designer di fama, ma che delinearono l'intera produzione delle Manifattura Aurora.

I dettagli che accomunano ogni stilografica Aurora sono un'incisione sul corpo penna con la dicitura "Fabbrica Italiana Penne a Serbatoio" ed un tipico trapezio dai lati arrotondati con la scritta "Aurora Torino" al centro e una seconda, collocata sotto il fondello, che indica il nome del modello e la sua misura. Per le stilografiche rientranti viene adottata la sigla "R.A" (Rientrante Aurora); i due modelli a pennino fisso vengono denominati rispettivamente "F.A" (Fisso Aurora) e "F.A.S." (Fisso Aurora Semplice), mentre il modello a leva viene indicato con la sigla "A.R.A" (Aurora Riempimento Automatico). Alle sigle si affiancano poi i numeri relativi alla misura della penna; per le rientranti esistono sei misure, dalla "R.A. 00" alla "R.A.4"; per il modello "F.A." le misure sono cinque (dalla "F.A.0" alla "F.A.4"), mentre sia il modello "F.A.S." (con cappuccio non filettato) che il modello "A.R.A" sono disponibili in un'unica misura (4).

Nelle stilografiche rientranti con rivestimento, l'incisione (solo il trapezio con la scritta "Aurora Torino") viene spostata o sulla sezione o sul fondello girevole. Sui modelli a pennino fisso e a leva laterale l'incisione del trapezio è presente infine anche sulla sezione. Per quanto riguarda le clip, il panorama è piuttosto ampio. È possibile ipotizzare una linea di sviluppo di clip mobili a doppia fascetta, con profilo liscio con l'incisione frontale "Aurora Torino" che rappresentano il primo passo per dotare le stilografiche Aurora, nate senza clip. Le clip con anellino di fissaggio a forma di foglie di alloro e le clip mobili con anellino traforato a forma di triangoli fanno parte

della produzione della metà degli anni Venti. Ad esse si susseguono le clip fissate sul cappuccio tramite due rivetti e le clip più elaborate, con base di fissaggio a forma di trifoglio. La sagoma della clip con anellino di fissaggio a foglie di alloro sarà mantenuta come base di riferimento per l'elaborazione delle clip degli anni successivi, utilizzate sia per i modelli di punta della seconda metà degli anni Venti sia per molti modelli degli anni Trenta.

Nonostante le clip Aurora di questi anni abbiano una sagoma facilmente riconoscibile, è importante ricordare che su tutte le clip laminate oro è presente il punzone "18 K.R.". Le clip in argento sono invece punzionate "800".

In tema di punzoni, tutti i rivestimenti Aurora laminati oro, mostrano un piccolo punzone rettangolare con la scritta in rilievo "Aurora". Ad esso si affianca un altro punzone della stessa foglia, con la sigla "18 K.R.". Nella maggior parte dei casi i punzoni Aurora sono collocati sul bordo inferiore del cappuccio e sul bordo superiore del rivestimento del corpo penna.

I pennini, fino alla metà degli anni Venti, sono caratterizzati da un foro di ventilazione a forma di cuore o di goccia. Vi erano anche rari pennini senza alcun foro di ventilazione che si trovano anche sui modelli "O.L.O." ed "A.S.CO".

La fine degli anni Venti sono di riferimento per una penna molto particolare, soprannominata "Egizia", per le caratteristiche decorazioni della laminatura a rilievo.

A partire dal 1927, il panorama produttivo Aurora si amplia notevolmente con l'introduzione dei modelli Duplex, una serie di stilografiche a leva laterale dal design di chiara ispirazione "Duo-fold". La linea delle Duplex, prodotta in ebanite sia rosso aragosta che nera, venne arricchita nel 1929 con l'introduzione della celluloide. Le nuove penne, pubblicizzate con la dicitura "Aurora Duplex-Infrangibili in Aurolite" erano disponibili in 5 modelli e 5 colori: rosso marbré, verde marbré, bleu marbré e nero marbré. Il colore nero e perla venne aggiunto successivamente. Le diverse versioni comprendevano stilografiche da uomo, misura grande, stilografiche junior, misura media e stilografiche da signora, sia con clip da tasca che con anellino sul cappuccio.

1939

Campagna pubblicitaria  
Olivetti  
realizzata da Elio Vittorini,  
Costantino Nivola  
e Giovanni Pintori per la  
Studio 42

La serie delle Duplex era completata da una gamma di portamine da associare ai vari modelli. Disponibili in due misure, i portamine avevano finiture simili a quelle delle stilografiche a cui erano destinati.

Nel 1930 venne introdotto il modello Superba, una stilografica a leva laterale dalla sagoma modernissima. Prodotta in rosso, blu, nero e perla ed associabile a portamine sia lunghi che corti. La Superba è oggi uno dei modelli più rari della produzione; rimase sul mercato per un periodo di tempo brevissimo e fu velocemente sostituita da altri modelli, più moderni e commerciali.

Sempre nel 1930 viene introdotta la "Internazionale" che si

caratterizza dal cappuccio per la presenza di una ricca vera decorata con un motivo a greca, posta fra due anelli di dimensioni più piccole. Da Via della Basilica, negli anni Trenta, escono prodotti capaci di conquistare l'attenzione dei ragazzi, come la "Topolino" e la "Biancaneve".

Collegate al mondo militare rientra il modello Etiopia. La storia di questa penna è rimasta per molti anni avvolta in un mistero, un po' per le sue caratteristiche del tutto particolari, un po' per la mancanza di informazioni affidabili sulla sua vera natura e sviluppo commerciale.

Giovanni Enriques costituisce a Parigi una consociata per l'importazione e vendita: la SAMPO-Olivetti

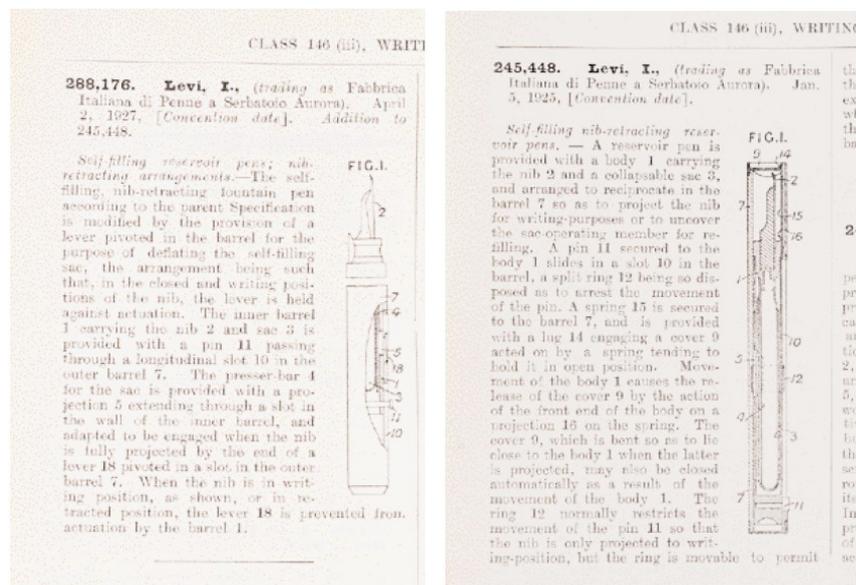


Figure 95 e 96 I brevetti dell'Asterope depositati da Isaia Levi nel 1925 e nel 1927. Originali rinvenuti in Inghilterra grazie al lavoro di ricerca di Tom Westerich Immagine tratta da Stipula Srl

Figura 97 Catalogo Aurora Illustrazione di tradizionali penne rientranti in ebanite e gamma di Duplex in cellulose colorata con relativi portamine (1929) Archivio storico Aurora

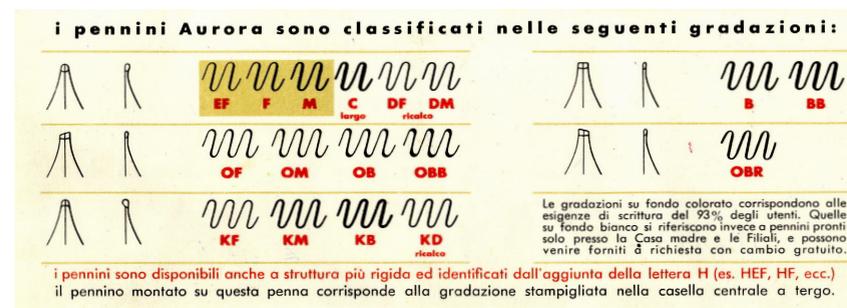


Figure 98 e 99 Certificato di garanzia F/R (Anni Cinquanta) Archivio storico Aurora

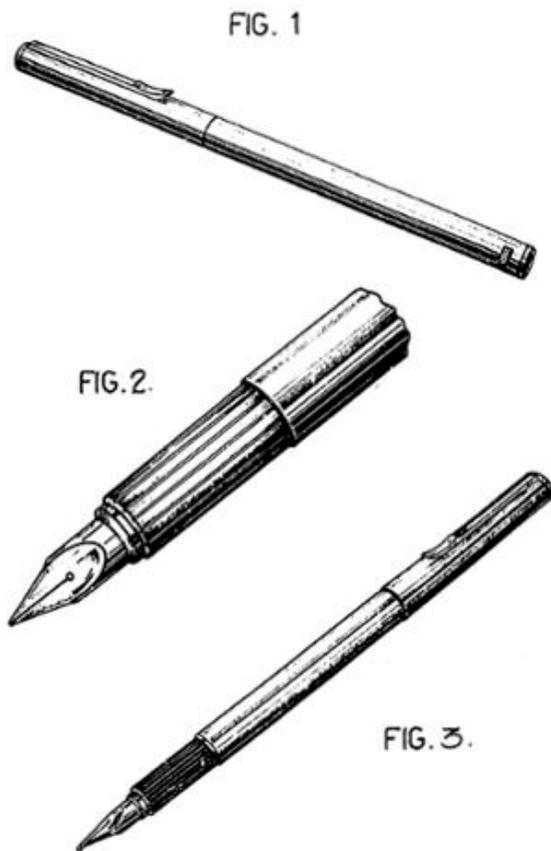
**Figura 100**  
Pieghevole Aurora,  
modello Superba  
(1931)  
Archivio storico Aurora



Per molto tempo si è parlato dell’Etiopia come di un modello speciale ed esclusivo, prodotto da Aurora su commissione del governo in occasione della guerra d’Abissinia, per essere distribuito agli ufficiali dell’esercito, ma in realtà, il collegamento con la Guerra d’Abissinia sembra essere di natura diversa. Si tratta di un modello frutto di una geniale intuizione commerciale dell’azienda. L’intento era sicuramente quello di sfruttare l’ondata di entusiasmo, alimentata dalla propaganda del governo e commercializzare un prodotto che potesse essere recepito immediatamente dal pubblico.

La conferma che il collegamento tra il modello Etiopia e la Guerra d’Abissinia fu solo “funzionale” deriva anche dal semplice confronto delle date di riferimento. Il pieghevole pubblicitario della penna è datato 1936 e l’Etiopia rimase nei cataloghi ufficiali dell’azienda fino almeno al 1938, proposta in quattro colori, bianco avorio, grigio, verde e viola. La Guerra d’Abissinia ebbe inizio nel 1935 e l’Impero venne proclamato nel Maggio del 1936: solo allora, dal punto di vista commerciale, si verificarono le condizioni adatte per la promozione del modello di Aurora. Questo modello veniva commercializzato attraverso i punti vendita Aurora, come dimostrano locandine pubblicitarie dell’epoca. Dal punto di vista tecnico l’Etiopia è una penna molto semplice, prodotta in un’unica misura: il caricamento poteva avvenire utilizzando granuli di inchiostro (in dotazione nella confezione della penna, all’interno di uno specifico tubetto), da diluire con acqua all’interno del corpo penna. Esistono inoltre esemplari di Etiopia che presentano l’incisione sul serbatoio “Colonial Sand and Stone Co”. Benchè siano in tutto e per tutto identiche alle consorelle senza incisione, queste penne sembrano essere nate specificatamente per l’esportazione. La loro confezione presenta la dicitura “Made in Italy”<sup>9</sup> che è presente anche sul tubetto contenente i granuli di inchiostro. Tra le varie ipotesi che sono state avanzate sulla natura di queste penne, nate all’epoca delle Sanzioni da parte della Società delle Nazioni contro l’Italia, la più attendibile sembra essere quella che propone un collegamento trasversale tra il governo italiano, celato dietro un’ipotetica compagnia Coloniale chiamata

**Figura 101**  
Brevetti Aurora  
(Data di registrazione  
23/11/1971)  
Numero di registrazione  
34680  
Immagine tratta da  
<https://www.tmdn.org/tmview/api/design/image/CA700000000034680-0001-001>



<sup>9</sup>A. Bucci, V. Coldeluppi, M. Ferraresi, *Il Made in Italy*, Carocci, 2011.

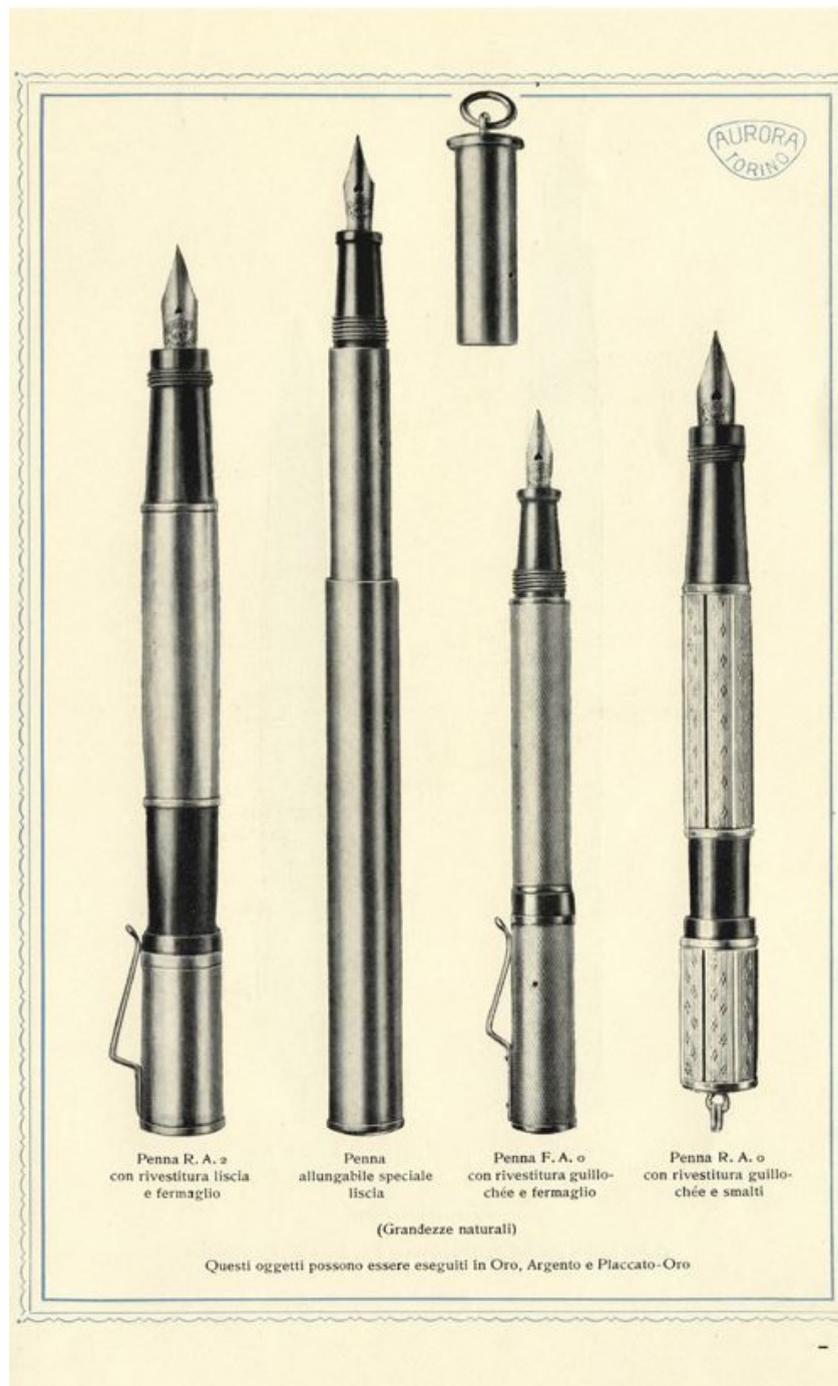
1940

Volantino pubblicitario  
che reclamizza i pregi  
del pennino in Platiridio

appunto “Colonial Sand and Stone”, e fornitori americani di macchinari per l’edilizia, destinati all’utilizzo in Abissinia. In questo senso le Etiopia di questo tipo potrebbero essere considerate non solo come dei veri e propri gadgets promozionali, ma anche e soprattutto come interessante testimonianza storica.

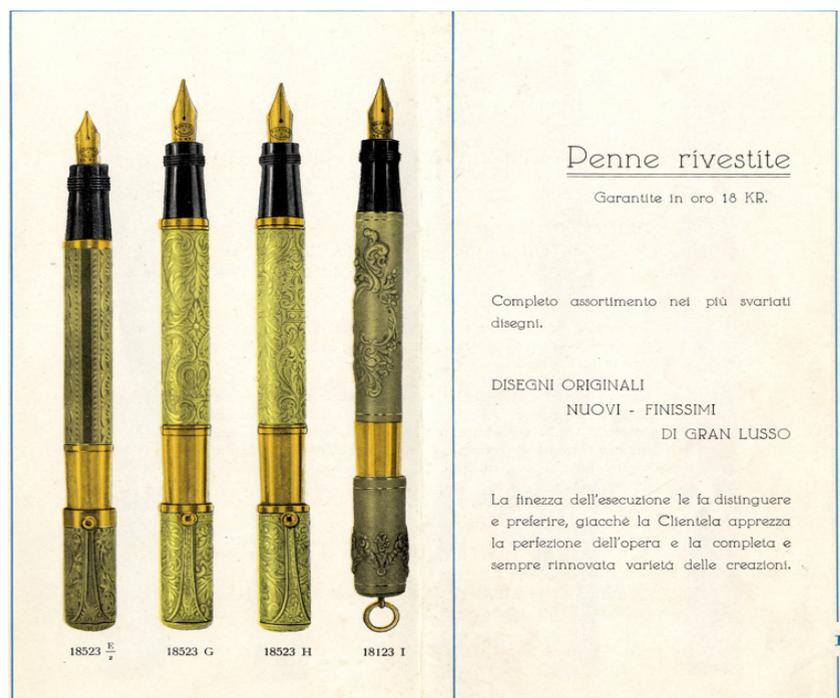
Nel 1933 Aurora realizza la penna “Novum”, in due versioni, liscia e sfaccettata, dotata del sistema di riempimento a levetta di fondo e con rinforzo interno in alluminio per il corpo. Il fermaglio termina in una punta piatta a forma di goccia realizzato sia in forma liscia ordinaria che in una speciale versione di sicurezza con gancetto di blocco.

Nel 1934, nasce la “Asterope”, di natura completamente diversa, si differenziava da tutte le altre stilografiche dell’epoca: era una penna senza cappuccio, che poteva essere utilizzata anche con una sola mano. La penna era costituita da un cilindro in celluloido con uno sportellino metallico, a molla, posizionato su una delle due estremità, in corrispondenza della clip. In posizione di riposo, il gruppo scrittura era



**Figura 102**  
Catalogo Aurora  
Illustrazione di vari rivestimenti applicabili su modelli “R.A” e “A.R.A” (1927)  
Archivio storico Aurora

**Figura 103**  
Catalogo Aurora  
Illustrazione di modelli “R.A 2”, “Penna allungabile” “F. A. 0” e “R.A. 0” (1922)  
Archivio storico Aurora



**Figure 104 e 105**  
Scatola e penna Aurotavo  
Collezione Topolino  
(1934)  
Archivio storico Aurora



**Figura 106**  
Topolino Aurora  
(1935)  
Immagine tratta da  
<https://curiosando708090.altervista.org/wp-content/uploads/2013/10/penna-stilografica-topolino-aurora.jpg>



In piena guerra vengono esportate oltre 14.000 macchine da scrivere Olivetti, l'azienda si espande anche sui mercati dell'Europa occupata dai nazisti

contenuto all'interno del cilindro e poteva essere estratto per utilizzare la penna grazie ad un complesso meccanismo a scorrimento azionato da un pulsantino posto sul fianco del cilindro. Il pulsantino poteva scorrere lungo un binario longitudinale che terminava con una biforcazione. Posizionato nella fenditura di sinistra, faceva aprire lo sportellino e lasciava uscire il pennino; per riportare la penna in posizione di riposo, era sufficiente far scorrere indietro il pulsantino.

In questo modo, tenendo la penna chiusa in una mano, era possibile cominciare a scrivere semplicemente agendo con il pollice sul pulsantino. Non c'era bisogno né di svitare il cappuccio e tantomeno di riavvitarlo. La campagna pubblicitaria di Aurora fu incentrata proprio sulla velocità e semplicità di utilizzo della nuova penna. L'iconografia proponeva l'immagine di un signore capace di aprire e chiudere la penna durante una conversazione telefonica. Benchè la commercializzazione dell'Asterope sia iniziata nel 1934, le origini di questo modello risalgono alla metà degli anni Venti. Isaia Levi aveva infatti depositato il primo brevetto per una stilografica senza cappuccio nel 1924, rivedendolo poi nel 1925. L'idea originaria prevedeva un meccanismo di riempimento a leva laterale, probabilmente scartato successivamente in considerazione dei vantaggi del meccanismo a leva posteriore. La produzione Aurora degli anni Quaranta fu caratterizzata dall'introduzione di modelli economici con finiture cromate e molto semplici. Le vicissitudini belliche e le ristrettezze economiche non lasciavano infatti più spazio per stilografiche costose ed elaborate. Al posto dei pennini in oro vennero adottati pennini in Platiridio, una lega di acciaio con caratteristiche tecniche di durezza e flessibilità teoricamente simili a quelle dell'oro.

Walt Disney siglò con l'azienda un contratto, concedendole il diritto di realizzare delle stilografiche sulle quali imprime il volto di Topolino, che furono messe in commercio intorno al 1933. La sua creatura aveva incontrato il mondo dell'editoria, dopo quello del cinema, nel 1930, quando "L'Illustrazione del Popolo" (inserto de "La Gazzetta del Popolo"<sup>10</sup>) aveva pubblicato alcune strisce con il personaggio. Un ulteriore passo fu

compiuto nel 1932, quando Franco Antonicelli tradusse dall'inglese all'italiano, con l'aiuto di un giovane Cesare Pavese, due volumi de "Le Avventure di Topolino", per l'editore Frassinelli. Il successo di queste prime iniziative spinse la casa editrice Nerbini a pubblicare il giornale Topolino, dando inizio a una guerra editoriale conclusasi nel 1935 con la vittoria della Mondadori, che ottenne dallo stesso Walt Disney i diritti di pubblicazione. Insomma, il pubblico italiano era pronto e già innamorato di Topolino.

Durante il suo tour italiano Walt Disney soggiornò per un breve periodo a Torino e probabilmente fu lì che entrò in contatto con l'Aurora, consentendo all'azienda di avviare la produzione delle stilografiche "Topolino". Sfortunatamente ignoriamo le dinamiche precise dell'incontro, a causa della distruzione della sede originaria dell'Aurora e quindi anche delle sue fonti documentarie.

L'introduzione del modello Topolino nel 1937 rappresentò una manifestazione di grande sensibilità da parte di Aurora nei confronti dell'utenza più giovane. Caratteristica principale delle stilografiche erano l'effigie di Topolino al centro del corpo, posta superiormente rispetto al logo dell'Aurora e, in alcune versioni, un pennino d'oro a 14k modello "warranted". Il modello era disponibile anche nella versione da tavolo, con base colorata in rosso o in verde ed era arricchito da una statuina di Mickey Mouse smaltata. Sia la penna da tasca che lo stiloforo venivano venduti in una vivace scatola di cartone su cui erano riprodotte scene dei fumetti di Walt Disney. Vendute al prezzo di 23 lire, il prodotto si diffuse soprattutto tra i ceti più abbienti. Erano realizzate principalmente in celluloidi e come altre penne dell'epoca, anche queste disponevano di un sistema di caricamento "a pulsante di fondo" e di un vetrino trasparente per visualizzare il livello d'inchiostro. Il successo ottenuto spinse l'azienda a realizzare altri prodotti a tema come dei flaconi d'inchiostro raffiguranti Topolino al comando di un aeroplano.

Nonostante le Leggi razziali, la produzione delle stilografiche "Topolino" continuò a resistere fino agli inizi degli anni Quaranta e con l'ingresso degli Stati Uniti d'America

<sup>10</sup> Articolo di Mario Grandinetti tratto da Banca dati Periodici Piemonte e Valle d'Aosta «La "Gazzetta del Popolo" nasce a Torino il 16 giugno 1848 per iniziativa di Felice Govean e Giovan Battista Bottero. Il giornale mira alla conquista di un mercato "popolare", puntando sulla tenuità del prezzo (cinque centesimi, cioè un soldo), sulla vivacità e sulla chiarezza delle informazioni adeguate ad un livello di pubblico appena alfabetizzato. Il nuovo piccolo quotidiano (un foglio di 4 pagine, larghe diciotto e lunghe ventiquattro, stampato a grossi caratteri) si affermò: in pochi giorni raggiunse i diecimila lettori e nel numero del 21 settembre si parla addirittura di 13 mila abbonati». Cessò le pubblicazioni il 31 dicembre 1983, dopo 135 anni di vita. Ulteriori approfondimenti sono consultabili sul sito web Banca dati Periodici Piemonte e Valle d'Aosta (<https://www.periodicipiemonte.it/index.php?c=scheda&s=82022>)

Figura 107

Marchio Gioia di scrivere  
Aurora -Torino  
(Data di rilascio 19/06/1930)  
N. rilascio 39325  
Documento storico tratto  
dal progetto MATOSTO®  
(http://matosto.it/marchio/  
scheda-0914\_1928/)



Figura 108

Marchio Platiridio Aurora  
(Data di rilascio 23/09/1938)  
N. rilascio 57646  
Documento storico tratto  
dal progetto MATOSTO®  
(http://matosto.it/marchio/  
scheda-4205\_1938/)

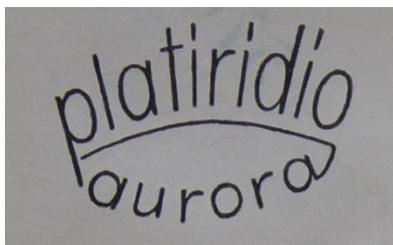


Figura 109

Marchio Aurora Selene  
(Data di rilascio 23/09/1938)  
N. rilascio 57649  
Documento storico tratto  
dal progetto MATOSTO®  
(http://matosto.it/marchio/  
scheda-4206\_1938/)



Figura 110

Marchio 88  
(Data di rilascio 07/03/1949)  
N. rilascio 86920  
Documento storico tratto  
dal progetto MATOSTO®  
(http://matosto.it/marchio/  
scheda-4095\_1948/)

Figura 111

Marchio 2Cart Aurora  
(Data di rilascio  
non disponibile)  
N. rilascio non disponibile  
Documento storico tratto  
dal progetto MATOSTO®  
N. ordine anno 0607\_1956  
Deposito 05/07/1956  
(http://matosto.it/marchio/  
scheda-0607\_1956/)

UFFICIO PROVINCIALE DEL COMMERCIO E DELL'INDUSTRIA  
TORINO  
Registro I N. d'ordine 4095v +  
Servizio della Proprietà intellettuale

L'anno 1948 il giorno sette del mese di agosto alle ore 10 =  
la soc. "AUROEA" Soc. per Azioni, di nazionalità italiana,  
a Torino, Strada Abbazia di Stura, No. 200,

ha presentato a me sottoscritto  
Domanda di Attestato di protezione per brevetto per  
1. Dichiarazione in doppio esemplare di riserva di Marchio d'impresa  
di (1) primo deposito per contraddistinguere (2) penne a serbatoio, matite  
automatiche, servizi da scrittoio e stilofori, inchiostri per pen-  
ne stilografiche, inchiostri di china, carta da lettere, buste e carton-  
cini, agende e taccuini da tavolo e da tasca e articoli di cancelleria  
di sua fabbricazione e commercio  
e consistente in (3) nel numero 88

(nelle classi No. 42 e 49)

88

2. Stampo tipografico per la riproduzione del Marchio
3. N. 5 esemplari tipografici del Marchio
4. Attestazione versamento c/c n. 1/26965 di L. 6500- (per anni 20)  
N. 73 emesso dall'Ufficio Postale di Torino 17 in data 7-8-48  
a favore del Procuratore del Registro di Roma.
5. Marca da bollo da L. 24.
6. Atto di procura Dichiarazione di protezione in duplo

La dichiarazione di riserva del Marchio è stata firmata dal richiedente e da  
me controfirmata e bollata col timbro d'ufficio.

Per gli effetti di legge la richiedente ha dichiarato di eleggere  
domicilio in questa città, via Viotti No. 9, presso i sig. Ingeg. Carlo e Mario  
Copia del presente verbale è stata da me sottoscritta e consegnata alla parte  
interessata.

P. Ia. richiedente  
Ing. Carlo e Mario Torta  
Il DIRETTORE  
C. Dell'...

UFFICIO PROVINCIALE  
DELL'  
INDUSTRIA  
DEL COMMERCIO  
TORINO

(1) Di primo deposito oppure rinnovazione.  
(2) Elenco dei prodotti cui il Marchio è destinato. (Citare la categoria alla quale appartengono i prodotti).  
(3) Descrizione del Marchio con l'indicazione dei colori, specie per quelli che ne costituiscono una caratteristica

Tip. Artale - Torino (4000) 3-48

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA E AGRICOLTURA - TORINO

N. d'ordine 6204

**Servizio della Proprietà intellettuale**

VERBALE DI DEPOSITO PER BREVETTO DI MARCHIO D'IMPRESA

L'anno 1964 il giorno ventisei del mese di gennaio alle ore 10 e minuti 10

La Ditta Ing. C. OLIVETTI & C. S.p.A.  
 con sede in Ivrea (Cossino)  
 di nazionalità italiana residente in Ivrea (Cossino)  
 Via Jervis n. 77, a mezzo mandatario  
 elettivamente domiciliati agli effetti di legge a  
 Via Jervis n. 77, presso  
 ha presentato a me sottoscritto:

1. Domanda di concessione in bollo da L. 200 per BREVETTO DI MARCHIO D'IMPRESA di primo deposito per i generi di n. 9 class. 1, consistente:  
nella denominazione "OLIVETTI" accanto alle raffigurazioni di un disegno geometrico di fantasia"



per contraddistinguere i seguenti prodotti:  
Prodotti chimici per l'industria, le scienze, la fotografia, compresi i prodotti chimici per le macchine da duplicazione e riproduzione di copie, metalli comuni, gas e semiconduttori, e loro leghe, semiconduttori e correnti, lenti e vetri, altri prodotti in metallo fuso  
 appartenenti alle classi n. 1, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20

- Dichiarazione di protezione del marchio, in triplo, di cui 2 in bollo da L. 50.
- Stampo tipografico del marchio.
- Fac-simile del marchio in otto esemplari riprodotti in nero su carta bianca.
- Fac-simile del marchio in otto esemplari riprodotti in colore.
- Lettera d'incarico.
- Attestato di versamento (sul c/e post. n. 1/11770 intestato all'Ufficio del Registro di Roma) di L. 30.500 emesso dall'ufficio Post. di Ivrea in data 25-1-63 n. 558
- Attestato di versamento (sul c/e post. n. 1/13984 intestato all'Ufficio Centrale Brevetti - Roma) di L. 100 emesso dall'Ufficio Post. di Ivrea in data 25-1-63 n. 558
- 
- 

La domanda e le dichiarazioni suindicate sono state firmate da ll richiedente e controfirmate dal sottoscritto.

Copia del presente verbale è stata consegnata alla parte interessata.

IL DEPOSITANTE  
Ing. C. Olivetti & C. S.p.A.  
Savino

L'UFFICIALE ROGANTE  




CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA E AGRICOLTURA - TORINO

N. d'ordine 24096 - D/

VERBALE DI DEPOSITO PER BREVETTO DI MARCHIO INTERNAZIONALE

L'anno 1970 il giorno venticinque del mese di Novembre alle ore 10 e minuti 00

La Ditta Ing. C. OLIVETTI & C. S.p.A.  
 di nazionalità italiana con sede in IVREA (TO)  
 Via G. Jervis n. 77, a mezzo mandatario  
 elettivamente domiciliato agli effetti di legge a IVREA (TO)  
 Via G. Jervis n. 77, presso  
 ha presentato a me sottoscritto:

1. Domanda in bollo da L. 400 per REGISTRAZIONE - RINNOVAZIONE INTERNAZIONALE del marchio depositato in Italia in data 21/9/1950 verb. n. 1751 e concesso dall'Ufficio Centrale Brevetti il 6/2/1951 con attestato n. 100358 del registro generale con domanda di rinnovo n. 40533 - c/70 del 26/6/70 del marchio, in Berna al Bureau International pour la protection de la Proprieté Industrielle in data 22/2/1951 al n. 152033 consistente: nella parola "LETTERA 22"

per contraddistinguere i seguenti prodotti:  
"Macchine per scrivere e loro parti" (classe 16)

- Stampo tipografico del marchio.
- Elenco dei prodotti da contraddistinguere, in lingua francese, su carta uso-bollo.
- Fac-simile del marchio in otto esemplari riprodotti in nero su carta bianca.
- Fac-simile del marchio in n. 45 esemplari riprodotti in colore.
- Lettera d'incarico.
- Attestato di versamento (sul c/e post. n. 1/11770 intestato al 1° Ufficio del Registro IGE di Roma) di L. 12.000 emesso dall'ufficio Post. di IVREA in data 23/11/70 n. 79
- Attestato di versamento (sul c/e post. n. 1/13984 intestato all'Ufficio Centrale Brevetti - Roma) di L. 500 emesso dall'Ufficio Post. di IVREA in data 23/11/70 n. 78
- Ricevuta di versamento per la tassa internaz. di fr. 300 n. 11 data 24/11/70  
275 n. 12 data 24/11/70
- 

La domanda e le dichiarazioni suindicate sono state firmate da richiedente e controfirmate dal sottoscritto.

Copia del presente verbale è stata consegnata alla parte interessata.

Il Depositante  
Ing. C. Olivetti & C. S.p.A.  
IVREA

L'UFFICIALE ROGANTE  




Figura 112  
 Marchio Olivetti  
 (Data di rilascio 15/03/1966)  
 N. rilascio 176946  
 Documento storico tratto dal progetto MATOSTO®  
 ([http://matosto.it/marchio/scheda-6204\\_1962/](http://matosto.it/marchio/scheda-6204_1962/))

Figura 113  
 Marchio Lettera 22 - Olivetti  
 (Data di rilascio non disponibile)  
 N. rilascio non disponibile  
 N. ordine anno 24096-D\_1970  
 Deposito 25/11/1970  
 Documento storico tratto dal progetto MATOSTO®  
 ([http://matosto.it/marchio/scheda-24096-d\\_1970/](http://matosto.it/marchio/scheda-24096-d_1970/))



1943

La storica sede Aurora in  
Via della Basilica 9  
viene distrutta  
dai bombardamenti

nella Seconda Guerra Mondiale, il regime fascista intensificò la sua politica di censura arrivando a colpire anche lo stesso Topolino. Da allora l'azienda incontrò insormontabili difficoltà nel commerciare le sue stilografiche a tema Disney.

Nel 1939 l'Aurora aveva affiancato alle sue "Topolino" una nuova serie di stilografiche conosciute come le "Biancaneve". Come suggerisce il nome, questi nuovi modelli di penne prendevano ispirazione dal lungometraggio Biancaneve e i sette nani, uscito nel 1937. Le "Biancaneve" erano delle penne più economiche, destinate a una clientela scolaresca e presentavano le medesime caratteristiche tecniche delle "Topolino". Vi erano tuttavia delle differenze sul piano estetico ed erano disponibili in quattro colori: blu, verde, grigio e rosso scuro. Il pennino era in acciaio e l'effigie raffigurava il nano Mammolo. Nel 1938, Aurora propose la propria interpretazione della trasparenza e dell'innovazione tecnica con il modello "Optima", decorata con un classico motivo a forma di greca, compresa fra due sottili anelli. Il suo fermaglio a goccia diventerà lo stemma della casa produttrice.

La Optima era una stilografica esteticamente ricca e tecnicamente complessa che veniva prodotta in un'unica misura e in soli due colori: verde e grigio madreperlati. Le finiture del cappuccio erano caratterizzate da un'alta banda con motivi geometrici e da due sottili anellini. La clip era la stessa utilizzata per la serie delle Novum. Il meccanismo di riempimento era a siringa inversa: un solo movimento era sufficiente per riempire interamente la penna, che garantiva una capacità quattro volte superiore rispetto agli altri modelli della stessa misura. I modelli Optima degli anni Quaranta vennero prodotti in celluloidi venate e con disegno geometrico; la gamma dei colori comprendeva il nero, il grigio, il verde e l'azzurro, sia venati che geometrici.

Sul tema di produzioni mirate, una linea di penne che Aurora produsse nel 1938, venne denominata "Serie Speciale ML". Si trattava di stilografiche a leva laterale, in due misure, prodotte in varie colorazioni di celluloidi marmorizzata e screziata tra cui il blu e bronzo, il nero e perla, il verde e perla. Di queste penne esisteva anche una versione con rivestimento laminato oro 18 K.R.

Benché inserite nei cataloghi ordinari Aurora, le penne della serie "ML" erano in vendita esclusivamente agli ufficiali delle Forze Armate. Questi modelli, reclamizzati come creazioni specifiche per le esigenze degli Ufficiali (per la robustezza, la grande capacità di inchiostro, la clip adattabile alla tasca delle uniformi etc.) erano normali stilografiche che Aurora commercializzava comunemente per scopi promozionali. Le penne della serie "ML" presentano tuttavia una piccola incisione "ML" sotto il fondello.

Nel 1940 venne introdotto il modello Selene, una stilografica economica a pulsante di fondo in dodici colorazioni molto sobrie, con finiture cromate e pennino in Platiridio, che veniva pubblicizzata come la "*penna di tutti*". Il modello rimase in produzione fino al 1945 subendo revisioni stilistiche e tecniche: le finiture del cappuccio, inizialmente composte da una banda più alta e due verette sottili, vennero semplificate con l'adozione di tre semplici anellini; al meccanismo a pulsante venne affiancata una versione a stantuffo, della quale si conoscono anche esemplari con finiture laminate oro.

Fondamentali per la storia di Aurora, le penne progettate per commemorare gli anniversari della manifattura, come l'Aurora in stile retrò pensata per festeggiare il settantacinquesimo compleanno, in una versione laminata oro per ricordare le grandi laminate che resero celebre la casa negli anni Venti o ancora, in occasione dell'80° anniversario di attività venne prodotto una nuova opera d'arte cesellata nell'argento massiccio e realizzata in serie limitata, impreziosito da una testina in resina bordeaux con sigillo incastonato in argento.

Nel 1992 è tempo di cominciare a ragionare su un prodotto nuovo, dedicato ai collezionisti: le penne stilografiche numerate. Il '92 vedrà la luce il primo esemplare di questa nuova frontiera del rilancio e avrà il nome di uno scopritore audace ed italianissimo: Cristoforo Colombo. Sono questi gli anni della nascita delle collezioni limitate, veri gioielli destinati a collezionisti ed estimatori di tutto il mondo, dal design classico e senza tempo. Sono simbolo di grande fascino e prestigio, sintesi perfetta dello stile e del saper fare all'antica tradizione orafa italiana.

In occasione dell'anniversario della sua nascita, nel 2013, Aurora celebra uno dei più importanti compositori italiani, Giuseppe Verdi, con una linea unica, raffinata e preziosa, curata in ogni minimo dettaglio. Stilografica a pistone impreziosita da incisioni di foglie d'alloro e della lira, simbolo dell'arte e della musica, originale tributo all'autore del Nabucco e dell'Aida.

## 3.2

### Immagine coordinata: grafica e commercializzazione

Fin dalle origini Aurora, così come ha sempre fatto Olivetti, investe sulla comunicazione rivolgendosi a grafici pubblicitari di rilievo. Durante il decennio 1930-1940, Aurora ampliò enormemente il proprio panorama produttivo, riuscendo a sfruttare in pieno tutti gli aspetti dello sviluppo del mercato della stilografica. Oltre alle linee di punta, proposte in vari stili e fasce di prezzo, Aurora produsse linee di penne economiche, strumenti per scrittura innovativi e, in molti casi, riuscì ad individuare segmenti del mercato per i quali elaborò specifici articoli "su misura". Rientrano in quest'ultima categoria le produzioni Aurora rivolte al mercato studentesco, come la stilografica Topolino e la Biancaneve e le produzioni legate al mondo militare, come l'Etiopia e la serie limitata "ML".

Benché dal punto di vista puramente estetico e tecnico le prime Aurora non sembrano discostarsi molto dallo stile delle stilografiche di provenienza americana, esse vengono proposte al pubblico invece come articoli del tutto innovativi. Ed è qui che, a mio avviso, si evidenzia immediatamente il ruolo fondamentale degli investimenti pubblicitari. Ritengo infatti che l'interpretazione delle campagne pubblicitarie di Aurora, inaugurate sin dai primissimi anni Venti ed affidate alla grafica dell'abile mano di Carlo Biscaretti di Ruffia e alle creazioni dell'Aerostudio Borghi, debba andare oltre il semplice riferimento ai principi del protezionismo economico e all'esaltazione esplicita dell'affidabilità del prodotto. Mi pare appropriato riconoscere nei continui richiami, sia verbali che grafici, alla ripresa industriale post-bellica, un messaggio di impostazione diversa: "Aurora come espressione di un'esperienza a cui tutti partecipano". "



1945



Aurora riprende  
la produzione nella sede  
Abbadia di Stura

" L. Jacopini, *La storia della stilografica in Italia 1900-1950*. Ediz. italiana e inglese. Vol. 1, 2001, OPS Organiz. Promozione Spazi.

**Figura 114**  
Manifesto  
di Marcello Dudovich per  
macchina per scrivere M20  
(1926)  
Archivio storico Olivetti

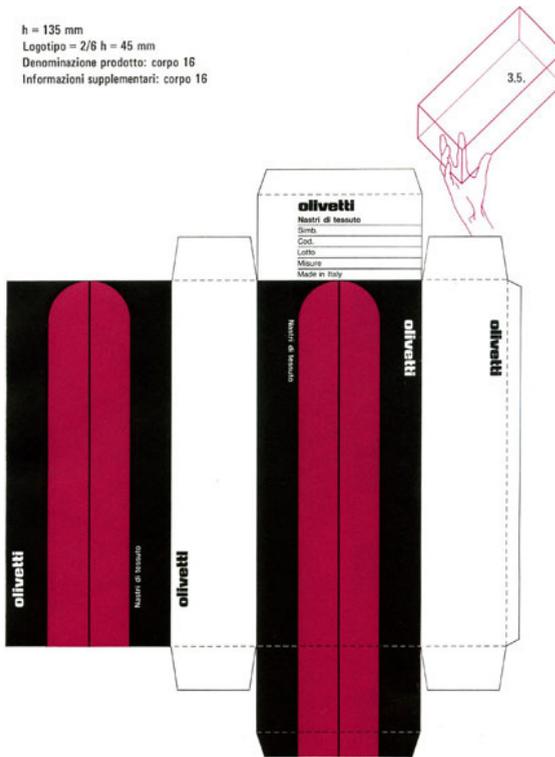
**Figura 115**  
 Libri Rossi Olivetti  
 manuali di  
 immagine coordinata  
 Marchio Olivetti  
 (1971-1977)  
 Archivi digitali Olivetti



**Figura 116**  
 Logotipo su  
 carta intestata Olivetti  
 Logotipo Olivetti  
 disegnato da  
 Walter Ballmer  
 (1970-1993)  
 Archivi digitali Olivetti



**Figura 117**  
 Colori previsti per la gam-  
 ma di imballi di spedizione  
 Il fascicolo n. 6 dei  
 Libri Rossi Olivetti  
 (1971-1977)  
 Archivi digitali Olivetti



**Figura 118**  
 Scatola di imballaggio per  
 accessori  
 contenitore di 12 pezzi  
 di nastri inchiostrati per  
 stampa.  
 (1970)  
 Archivi digitali Olivetti

esempi / NASTRI DI TESSUTO (12 PEZZI DOPPIA BOBINA)  
 examples / FABRIC RIBBON (PACKS OF 12 TWIN SPOOL)





**Figura 119**  
 Stampe fotografiche di modelli e prototipi, confezioni ed espositori, mobiles e penne Aurora di Albe Steiner (1955-1960)  
 Archivio Steiner di Milano

**Figura 120**  
 Mobiles pendente, elemento d'insieme dell'immagine coordinata per l'azienda Aurora, Albe Steiner  
 Prodotto in serie per negozi e centri espositivi come oggetto pubblicitario/segnaletica (1957-1962)  
 Archivio Steiner di Milano



**Figura 121**  
 Stampe fotografiche di confezioni penne Aurora di Albe Steiner (1955-1960)  
 Archivio Steiner di Milano

**Figura 122**  
 Espositore penne Sele di Albe Steiner (1959)  
 Archivio storico Aurora

**Figura 123**  
Frontespizio catalogo  
Aurora  
(1930)  
Archivio storico Aurora

L'acquisto di uno strumento per scrittura completamente italiano diviene un simbolo di coinvolgimento emotivo, come una dichiarazione di fiducia ed ottimismo, che esclude a priori il confronto con qualsiasi stilografica di importazione.

**Figura 124**  
Manifesto penna  
"internazionale"  
(1937)  
Archivio storico Aurora

L'impegno promozionale svolgerà un ruolo determinante anche nei decenni successivi; gli investimenti non saranno limitati alle sole campagne pubblicitarie sulla carta stampata, ma si rivolgeranno anche ad iniziative di natura diversa, talvolta assai innovative ed originali. La stessa cura ed attenzione saranno rivolte alla creazione dell'immagine Aurora a livello commerciale, nella presentazione dei prodotti, nella elaborazione di materiale da vetrina e di oggettistica pubblicitaria, dalle vetrofanie ai portaresti.

**Figura 125**  
Manifesto penna  
"Aurora Sele"  
(1959)  
Archivio storico Aurora

Dalla seconda metà degli anni Venti fino ai primi anni Quaranta, Aurora sfrutta molti strumenti promozionali che traggono chiaramente ispirazione dall'iconografia sostenuta dal regime fascista. Aquile imperiali e fasci littori vengono ampiamente utilizzati e molti slogan pubblicitari assumono toni tipici della propaganda dell'epoca. Appare evidente quanto la promozione pubblicitaria abbia saputo far leva sull'immaginario collettivo.

**Figura 126**  
Copertina "Visita ad una  
fabbrica" di Albe Steiner  
per Olivetti (1949)  
Archivi digitali Olivetti

L'intenzione di sfruttare stimoli emotivi di ampio raggio ritorna in molte delle promozioni pubblicitarie dell'Aurora; particolarmente interessante risulta l'iniziativa lanciata nel 1927, sottoforma di concorso a premi, per la scelta del nome di un nuovo modello Aurora. La campagna pubblicitaria si sviluppa su due fronti, da un lato viene sottolineata l'importanza dell'affermazione del prodotto italiano, in piena sintonia con le campagne di stampo protezionistico

sostenute dal governo, dall'altro viene offerto un premio di dimensioni inusitate, ben trentamila lire. Una cifra molto alta contestualizzata al periodo storico.

All'ampiezza e alla capillarità degli investimenti pubblicitari, fa riscontro l'impegno costante verso l'allargamento della rete di distribuzione, compito che viene affidato all'agenzia di Ettore Ripamonti di Milano. Già nella prima metà degli anni Venti, i risultati ottenuti sono ragguardevoli; solo nella città di Milano, si contano oltre cinquanta punti vendita Aurora. Del resto, la strategia commerciale è molto ben articolata: se da un alto gli investimenti pubblicitari rendono le stilografiche Aurora note e desiderabili per il pubblico su larga scala, dall'altro, ai rivenditori Aurora vengono assicurate garanzie di assistenza costante e di ottime condizioni di acquisto. Sono appunto questi i cardini su cui si sviluppano le campagne promozionali dell'azienda che sottolineano l'ampiezza e la qualità dei campionari, l'efficacia delle campagne pubblicitarie, la disponibilità di materiale da vetrina, l'assistenza da parte dei rappresentanti e, non ultimo, le condizioni di vendita vantaggiose, rese ancora più interessanti dall'assenza, sui prezzi dei prodotti, del dazio di importazione, imposto invece sugli articoli stranieri.

Il timbro aziendale del 1919, può definirsi il primo logo Aurora. Esso viene utilizzato ancora oggi, impresso su determinate categorie di penne nella zona centrale contenente il serbatoio. Non abbiamo informazioni in merito ai progettisti di ciascun logotipo, ma è stato riferito che ciascun grafico che collaborò in azienda, in un determinato periodo, diede il suo contributo all'evoluzione del logo.

**Figura 127**  
Locandina Giovanni Pintori  
per la macchina  
per scrivere  
Olivetti 82 Diaspron (1955)  
Archivi digitali Olivetti



**Figura 128**  
Manifesto pubblicitario  
macchina da scrivere  
Valentine  
(1949)  
Fondazione  
Adriano Olivetti

Confrontando i due loghi aziendali, ciò che accomuna le due aziende è che nonostante siano passati più di cento anni per entrambe, hanno mantenuto priorità al nome dell'azienda più che a una forma, una sintetizzazione o un colore.

Sia per l'Olivetti che per l'Aurora, la pubblicità doveva sensibilizzare i potenziali clienti e mettere in rilievo il valore culturale dell'oggetto. Le immagini dovevano essere fortemente centrate sulla figura del prodotto, ma spesso erano accompagnate anche da un testo che accentuava alcune connotazioni dei prodotti. Spesso le festività diventarono l'occasione per campagne che proponevano i prodotti come un dono ideale. Anche la scuola è un tema ricorrente per entrambe le aziende. Come altre grandi aziende, Aurora pubblicava una sorta di newsletter per i rivenditori.

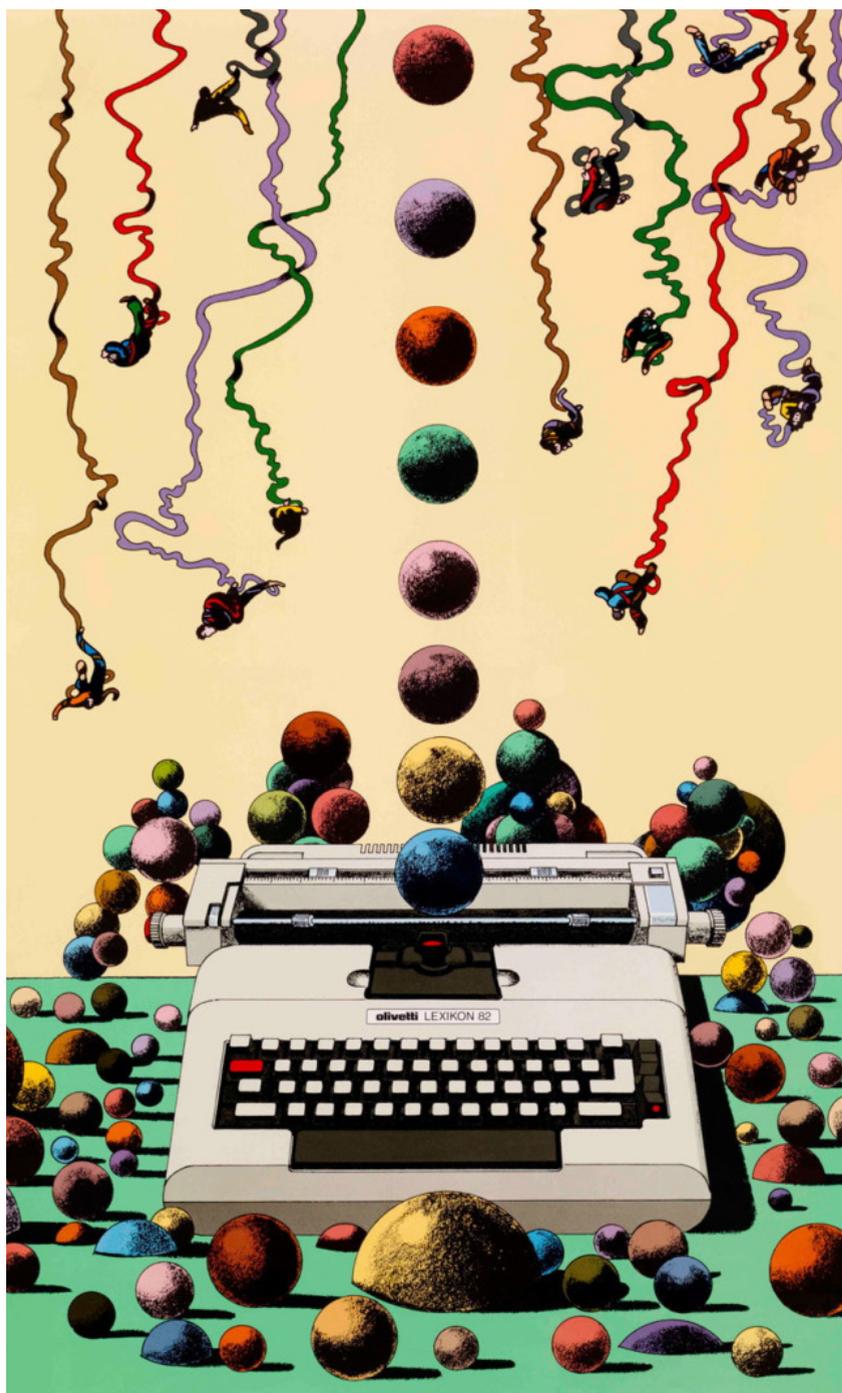
La collezione pubblicitaria presente all'archivio storico di Aurora è catalogata dagli anni Venti fino agli anni Novanta. Il materiale è interamente digitalizzato e ogni cartella è suddivisa per tipologia e modello mentre la varietà di colori di taglie è solo per alcune.

Nel corso degli anni Venti, Carlo Biscaretti di Ruffia, designer specializzato nella grafica pubblicitaria, in particolare per automobili, realizzò molte immagini pubblicitarie per Aurora; la serie completa delle inserzioni che portano la sua firma comprende una decina di immagini grafiche.

Il francese Achille Luciano Mauzan, noto per le sue locandine pubblicitarie di pellicole cinematografiche, firma un manifesto di Aurora che diventerà famoso: sul volto di un uomo dall'espressione stupita compare una scritta che pubblicizza la Penna Aurora Torino esortando: "Ricordate!"

Nel 1926 Aurora lancia un concorso tra gli italiani per decidere il nome di un modello innovativo progettato per fare concorrenza agli americani. Vince una parola davvero internazionale nel suono: Duplex.

Si diffonde, verso la metà degli anni Trenta, il motto: "Penna Aurora, gioia di scrivere!"<sup>12</sup>. I listini prezzo erano integrati con un modulo di ordinazione che poteva essere compilato e rispedito alla ditta per poter prenotare delle singole penne o addirittura delle scatole. Un modo molto innovativo per incentivare



**Figura 129**  
Manifesto di Milton Glaser  
per la macchina Lexikon 82  
(1976)  
Archivi digitali Olivetti

<sup>12</sup> Lo slogan «Penna Aurora, gioia di scrivere» fu utilizzato per la distribuzione capillare nelle cartolerie con lo scopo di dotare gli studenti di un moderno mezzo di scrittura.

1945

A gennaio, i tedeschi, nella imminenza della loro ritirata, decisero di minare la fabbrica Olivetti, ma Enriques convinse un ufficiale a non farlo

1945

Giovanni Enriques subentra quale consigliere all'Aurora

**Figura 130**  
Pieghevole Duo Cart  
Aurora  
(1956)  
Archivio storico Aurora



**Figura 131**  
Locandina pubblicitaria  
in lingua inglese della penna  
stilografica  
Aurora,  
(1940-49)  
Archivio storico Aurora



**Figura 132**  
Logotipo Aurora  
personalizzato per  
penna Duo Cart  
di Albe Steiner  
(1955-1960)  
Archivio Steiner di Milano



**Figura 133**  
Locandina pubblicitaria  
Auretta e sfera 03  
(1965)  
Archivio storico Aurora





Figura 134  
Locandina pubblicitaria di  
Giovanni Pintori per  
macchina per scrivere por-  
tatile Lettera 22  
(1950)  
Archivi digitali Olivetti

Figura 135  
Poster pubblicitario  
di Marcello Nizzoli per  
macchina per scrivere  
Lexikon 80 (1950)  
Archivi digitali Olivetti

Figura 136  
Locandina pubblicitaria di  
Giovanni Pintori per  
macchina per scrivere  
portatile Lettera 22  
(1960)  
Archivi digitali Olivetti

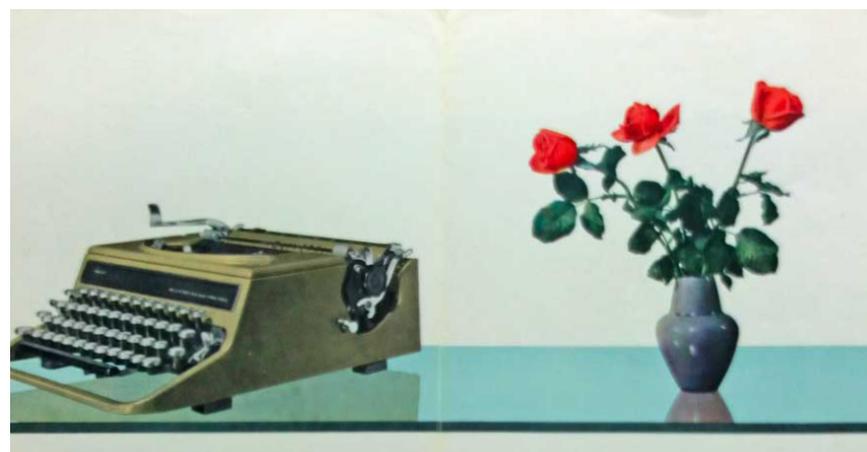


Figura 137  
Poster pubblicitario di Ray-  
mond Savignac per  
portatile Lettera 22  
(1953)  
Archivi digitali Olivetti

Figura 138  
Pieghevole pubblicitario  
per Studio 42  
(1940)  
Archivi digitali Olivetti

1946

L'Olivetti riprende l'iniziativa sui mercati esteri e Giovanni Enriques ricomincia a viaggiare, ricoprendo, ben presto, il ruolo di direttore commerciale

<sup>13</sup>Nato a Liestal, Svizzera, nel 1923. Si diploma alla Scuola di Arti e Mestieri di Basilea. Nel 1947, trasferitosi a Milano, inizia a collaborare con lo Studio Boggeri. Dal 1956 lavora per Olivetti disegnando numerosi manifesti, campagne pubblicitarie e il logotipo dell'azienda. Nel 1971 fonda Unidesign e continua a servire importanti clienti. Muore a Milano nel 2011. Ulteriori approfondimenti sono consultabili sul sito web Archivio Grafica Italiana (<http://www.archiviograficaitaliana.com/designers/32/walterballmer>)

la clientela, se si pensa che i moduli risalgono agli anni Trenta.

Con l'uscita di Aretta, la grande innovazione sta nel marketing: la campagna pubblicitaria dell'autunno 1965 comprende anche la pubblicità televisiva e in poco tempo in tutte le scuole si comincia ad utilizzarla.

In Aurora ci si rende conto che è necessario un nuovo cambiamento. Prendono piede nuove iniziative, soprattutto riguardanti le penne a sfera, diventate oramai uno strumento molto diffuso. Alla fine degli anni Sessanta l'urgenza del cambiamento si respira in tutta la società civile e anche in Aurora giunge il momento di realizzare una penna "rivoluzionaria". Non è quindi un caso se Aurora si rivolge a Marco Zanuso, designer di spicco nel mondo industriale, chiedendogli di dare una svolta alla produzione della manifattura e immaginare una penna innovativa, che lascia il segno. Grazie all'esperienza e all'entusiasmo dei tecnici e degli artigiani Aurora il progetto si realizza nell'arco di alcuni mesi e nel 1970 nasce la "Hastil". Nel 1974 nasce la "Thesi", un rinnovato desiderio di distinguersi, porta Aurora a collaborare nuovamente con Zanuso, questa volta si tratta di creare una penna sfera, dal design innovativo.

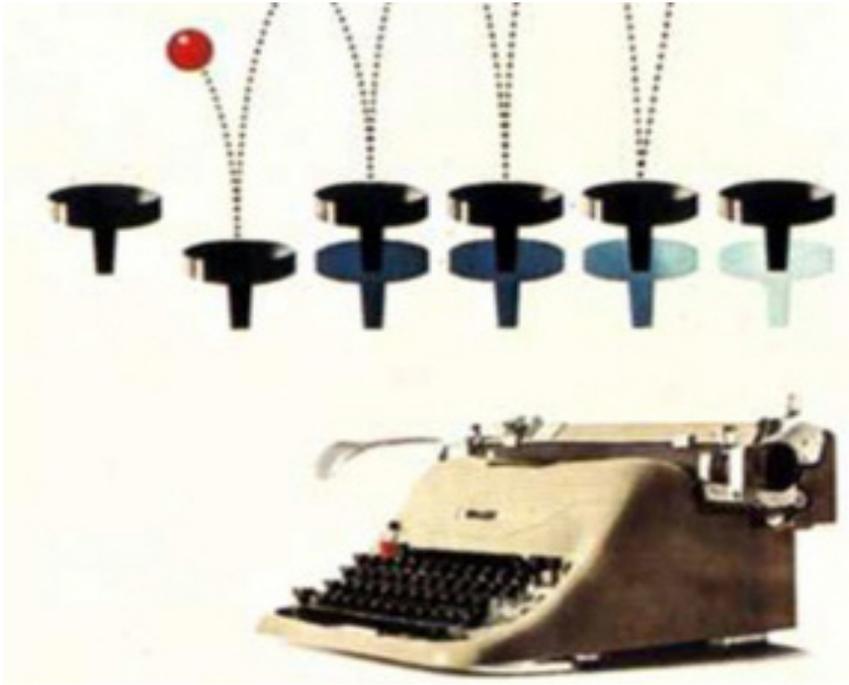
Un aspetto caratteristico olivettiano è stato quello della varietà nell'unità; in Olivetti hanno operato tanti autori, ciascuno nel proprio tempo e con il proprio stile, ma nonostante ciò venne data vita a un'immagine aziendale unitaria. La comunicazione dell'immagine era la rappresentazione reale del modo di essere impresa. La forte presenza di innovazione e libertà creativa, di bellezza e cultura, di partecipazione e socialità, contrassegnava l'immagine aziendale a un punto tale da rendere forse superflue specifiche azioni per definire la corporate identity; con l'ingresso in un numero crescente di mercati e l'ampliamento della gamma dei prodotti, la situazione cambia e la 'libertà creativa' rischiava di non essere più in grado di rendere sempre riconoscibile l'identità aziendale. Alla fine degli anni Sessanta la Direzione Relazioni Culturali, Disegno industriale e Pubblicità, guidata da Renzo Zorzi, ritiene necessario formalizzare il logotipo Olivetti, che negli anni precedenti ave-

va subito varie modifiche e definire con un manuale operativo le norme per l'uso del logotipo e per la marcatura di documenti, corrispondenza, veicoli, imballaggi, prodotti, ecc.

Walter Ballmer<sup>13</sup> nel 1970 presenta il risultato del logotipo con efficace accentuazione del carattere disegnato nel 1960 da Giovanni Pintori. L'uso di questo logotipo diviene obbligatorio a partire dal 1971, quando esce il volumetto Segno e disegno di una firma, curato dallo stesso Ballmer con testi di Franco Fortini.

Un altro incarico è affidato a Hans von Klier, responsabile della Corporate Image e il progetto che si sviluppò dal 1971 al 1977 si avvale anche di consulenze esterne tra cui Unimark International e Contact Studio e si conclude con la pubblicazione dei Sistemi di identificazione, manuali oggi comunemente noti come i Libri Rossi. Si tratta di dieci fascicoli, ciascuno con una copertina rossa, posti in due grandi raccoglitori ad anelli, anche questi con la copertina di colore rosso. Ogni fascicolo, dedicato ad una precisa tematica, contiene un'introduzione che oltre a descrivere i contenuti e le prescrizioni d'uso, sono delle brevissime lezioni sui singoli argomenti. Chiarezza e precisione di queste introduzioni, scritte in italiano e in inglese, aiutano a comprendere il ruolo e l'importanza dei singoli temi all'interno del progetto complessivo.

I Libri Rossi rappresentano un momento di rottura rispetto alla storia olivettiana; a prima vista sembrerebbe che con i Libri Rossi l'Olivetti tradisce il suo stile di libertà creativa. Di fronte ai mutamenti dello scenario, l'Olivetti decide di porre un freno all'autonomia decisionale di ogni ente aziendale e fissa le regole che devono rendere riconoscibile dovunque nel mondo non solo il logotipo, ma anche una lettera, un documento, un imballaggio, un manuale, un'insegna o un mezzo di trasporto dell'Azienda. Il manuale operativo dei Libri Rossi, come il ruolo di rilievo assegnato al product planning, sono aspetti di un processo di "strisciante normalizzazione" dell'azienda. La rapidità e intensità dei cambiamenti del mondo esterno, insieme all'accresciuta e molto articolata dimensione aziendale, contribuiscono a rendere meno praticabile il modello d'impresa che tanto successo



**Figura 139**  
 Manifesto di Giovanni  
 Pintori per macchina per  
 scrivere Lexikon 80  
 (1955)  
 Archivi digitali Olivetti



**Figura 140**  
 Manifesto per penna 88  
 (1947)  
 Archivio storico Aurora



**Figura 141**  
 Manifesto pubblicitario  
 di Marcello Dudovich per  
 macchina per scrivere M20  
 (1926)  
 Archivi digitali Olivetti



**Figura 142**  
 Dettaglio del manifesto di  
 Milton Glaser  
 per la macchina Valentine  
 (1968)  
 Archivi digitali Olivetti



1946

Isaia Levi,  
ormai ultraottantenne  
affida a un suo nipote  
Giovanni Enriques  
la conduzione di Aurora

aveva riscosso con Adriano Olivetti. Le esigenze di normare, razionalizzare, organizzare e programmare riducono poco per volta gli spazi lasciati all'intraprendenza e genialità dei singoli.

È difficile valutare quanto i Libri Rossi abbiano contribuito a perpetuare nel tempo l'immagine dell'Olivetti adrianea, si può però ricordare che nel biennio 1993-1994 la Direzione Corporate Image riteneva opportuno mettere a punto, nell'ambito dell'Olivetti Corporate Identity Programme che coinvolgeva ampiamente gli enti aziendali, i cosiddetti Libri Verdi, che aggiornavano e integravano i Libri Rossi.<sup>14</sup> Articolati in otto fascicoli (logotipo, corrispondenza, targhe di identificazione, autoveicoli, documentazione aziendale, imballi di spedizione, packaging promozionale e concessionari), i Libri Verdi davano la misura di quanta attenzione si continuasse a dedicare al tema della corporate identity anche in tempi per l'Olivetti divenuti assai difficili.

Il primo lancio pubblicitario fu della macchina M1 e avvenne con un manifesto creato da Teodoro Wolf Ferrari; in esso si vede in primo piano la macchina; dietro di essa, un severo Dante Alighieri punta decisamente il dito su di essa. Lo stile del manifesto è semplice ed elegante, e si lega in modo evidente ad alcune visioni commerciali del progettista della macchina. Scrivere a macchina in ufficio, a casa, a scuola, in viaggio: la pubblicità promuove e accompagna l'ingresso della scrittura meccanica nel mercato di massa. Sotto la guida di Adriano Olivetti, nei primi anni dopo la guerra l'azienda porta sul mercato alcuni nuovi prodotti di grande successo.

Nel campo delle macchine per scrivere escono due capolavori del design di Marcello Nizzoli: la Lexikon 80 (1948) e la Lettera 22 (1950). Due prodotti che raccolgono dovunque consensi e premi e che entrano ben presto a far parte delle collezioni permanenti del Museum of Modern Art di New York. Anche la comunicazione pubblicitaria compie un salto di qualità e contribuisce a creare in tutto il mondo l'immagine di eccellenza della Olivetti e dei suoi prodotti. La Lexikon 80 segna una discontinuità nella storia delle macchine per scrivere; non ha nulla in comune con i modelli del passato

e in particolare con l'ormai vecchia M40 del 1930 e il manifesto disegnato nel 1950 da Nizzoli rappresenta simbolicamente questa svolta. Il variopinto e grande uccello che si stacca dall'immagine elegante della Lexikon 80 è un annuncio di novità; è il simbolo di una macchina moderna e colorata, leggera e facile da usare, assai diversa dai monumentali modelli del passato.

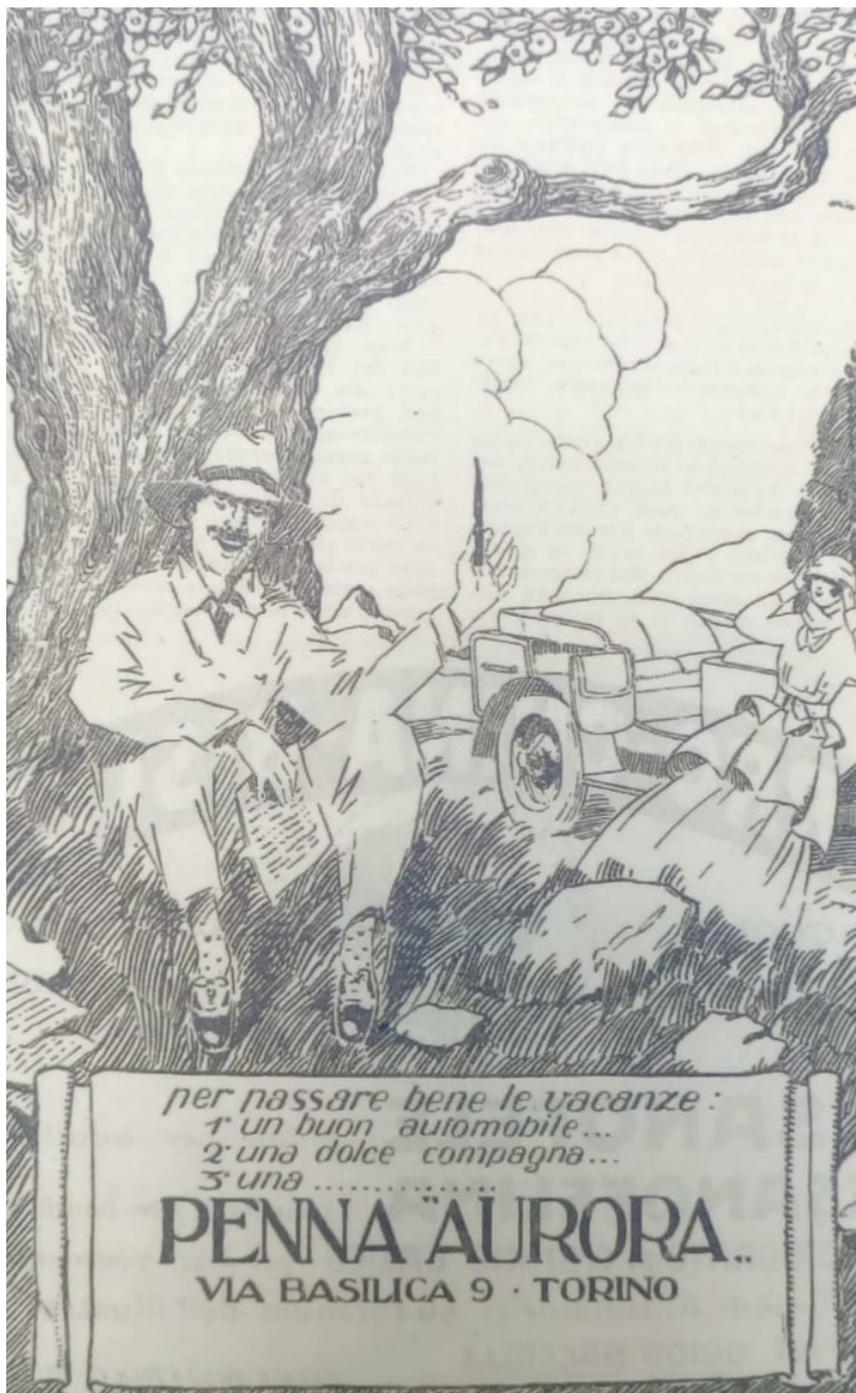
Il tema della leggerezza è ripreso nel 1955 da un altro famoso manifesto di Nizzoli: la pallina che rimbalza sui tasti esprime l'idea della macchina agile e veloce. Il messaggio è chiaro e non ha bisogno di essere spiegato da un testo: il nome Olivetti è ormai affermato e basta a garantire la qualità e il valore del prodotto.

Nel 1950 la Lexikon 80 esce anche nella versione elettrica, che ne migliora ulteriormente le prestazioni. Alla pubblicità viene chiesto di comunicare l'innovazione: la grafica si preoccupa di rendere ben visibile la presenza del cavo elettrico, mentre il testo del messaggio ricorda che "il motore libera dalla fatica". Più tardi, sul finire degli anni Cinquanta, quando la macchina elettrica non sarà più una novità, Giovanni Pintori affiderà alla sola grafica il compito di trasmettere l'idea del motore che rende più agevole la scrittura.

Negli anni Cinquanta l'Olivetti dedica una particolare attenzione alle campagne pubblicitarie per la Lettera 22. Il nuovo modello di portatile è rivoluzionario, leggero e solido, con una forma appiattita fino ad allora sconosciuta. La novità, oltre che nel design di Marcello Nizzoli e nelle caratteristiche tecniche, risiede nelle categorie di utenti a cui la Lettera 22 si rivolge. La prima portatile Olivetti, la MP1 del 1932, era destinata alla medio-alta borghesia. La Lettera 22, invece, è per il mercato di massa; l'Olivetti vuol farne uno strumento della vita quotidiana di tutti. La qualità e le prestazioni sono eccellenti, il prezzo è accessibile, si aggira sulle 40 mila lire (corrispondenti a meno di un mese di retribuzione di un impiegato medio di quell'epoca), ma per mantenerlo basso occorre realizzare forti economie di scala, ovvero grandi volumi di vendita. Le campagne pubblicitarie della Lettera 22 fanno leva su una grande varietà di messaggi e non sorprende che la pubblicità delle

<sup>14</sup> I Libri Rossi rappresentano un momento di rottura rispetto alla storia olivettiana. A questo riguardo scrive Enrico Morfeo: «Se la raffinatezza del progetto indica come sia stata conservata una straordinaria attenzione ai problemi di immagine e alla ricerca grafica, la rigidità prescrittiva dell'impianto evidenzia con precisione l'indirizzo di una strategia che par volere trovare i propri obiettivi nella stabilità e non nell'evoluzione»

Tratto da "Istruzioni per l'uso", in AA.VV., *Olivetti: una bella società*, edizioni U. Allemandi & C., Torino, 2008.



**Figura 143**  
 Locandina pubblicitaria di Carlo Biscaretti di Ruffia per penne Aurora (1923)  
 Archivio storico Aurora

**Figura 144**  
 Pubblicità penne a serbatoio Aurora pubblicata sulla rivista mensile "Le vie d'Italia" (1920-1929)  
 Archivio storico Aurora

**Figura 145**  
 Manifesto pubblicitario di  
 Achille Luciano Mauzan per  
 Aurora  
 (1922)  
 Archivio storico Aurora



1946

Giovanni Enriques fu eletto  
 consigliere  
 d'amministrazione  
 della Zanichelli

<sup>15</sup> «Il lancio della nuova portatile Valentine è stato concepito in termini il più possibile correnti con 1) le caratteristiche obiettive della macchina e 2) il tipo dei suoi possibili acquirenti. Il tono scherzoso dei testi e la grafica dei bozzetti, destinati a inserzioni per periodici, vogliono infatti corrispondere in qualche modo al design e al colore stesso della macchina e, insieme, al gusto presumibile in quelle persone che dovrebbero, anche sulla base di precisi sondaggi, preferire una portatile come la Valentine a una portatile più tradizionale: persone giovani o di sensibilità giovanile, aperte all'appello del nuovo e della moda».

E. Pacchioli, *Rosso Rosso Valentine. Un prodotto tra immaginazione e utopia*, Associazione archivio storico Olivetti, Ivrea, 1999, pag. 16



portatili uscite negli anni successivi, riprenda temi già toccati.

Ad esempio, con la Lettera 32 che esce nel 1963 si ritorna, seppure con stile grafico diverso, sul tema dello strumento prezioso per lo studente, della facilità di uso e del trasporto ora agevolato da una comoda custodia. Il tema dello studente si ripropone anche per le penne Aurora: "Topolino", "Biancaneve" e "Auretta".

Con la Lettera 35, presentata nel 1974, compaiono immagini ecologiche di paesaggi campestri, ma il messaggio di fondo resta quello della libertà: una portatile può essere usata dovunque, anche in campagna. Quest'ultimo tema diventa centrale nelle campagne pubblicitarie della Valentine, la portatile di colore rosso vivo, inserita in una custodia dello stesso colore, disegnata da Ettore Sottsass. La Valentine esce nel 1969 e si fa subito notare per il design accattivante e spregiudicato. Le campagne pubblicitarie la presentano in tanti quadretti che riprendono immagini della vita quotidiana: la si può usare dal meccanico, nel negozio del fruttivendolo, in spiaggia, su un aereo e in un campo sportivo. La Valentine può stare dovunque, ma è soprattutto un oggetto giovane per i giovani.<sup>15</sup>

Con la Lexikon 82, portatile elettrica del 1975, l'idea del dono natalizio è abbinata a quella dell'innovazione tecnologica: intercambiabilità della "pallina" di stampa, per la prima volta presente in una portatile, facilità di sostituzione del nastro colore e motore elettrico. Con il passare degli anni, sia per Aurora che per Olivetti, la pubblicità si sposta sempre più dall'aspetto estetico a quello funzionale e tecnologico, dal messaggio emozionale a quello razionale. Già nella presentazione della Diaspron, uscita nel 1959, Pintori ricorre a immagini stilizzate dei cinematografici della nuova macchina; ma è soprattutto con la Olivetti '84 (1961) e con la Tekne 3 e Praxis 48, entrambe del 1964, che la comunicazione pubblicitaria cambia decisamente. Mutata la forma delle macchine, non più le linee arrotondate della Lexikon 80, ma linee rette, forme squadrate, e spigoli vivi, anche la pubblicità si adegua al nuovo indirizzo. La grafica si ispira al disegno tecnico, scompaiono i fiori, gli uccelli, le forme puramente decorative; anche i messaggi non stimolano l'im-

maginazione, ma sottolineano in modo razionale le prestazioni e le caratteristiche tecniche dei nuovi prodotti. C'è poco spazio per suscitare emozioni, reazioni istintive: nella gran parte dei casi la pubblicità non si rivolge al consumatore, ma a un dirigente d'azienda che deve tener conto dei costi, della funzionalità della nuova macchina, della sua adeguatezza alle esigenze del lavoro. Compaiono anche riferimenti all'efficienza e alla produttività, come nel caso della campagna pubblicitaria del 1970 dedicata alle macchine della serie Editor che ha come filo conduttore lo slogan: "informazione produce produttività". L'immagine più volte sdoppiata della dattilografa intenta al lavoro con la sua macchina contribuisce all'idea che l'Olivetti, insieme ad un'ampia scelta di modelli, offre anche la possibilità di moltiplicare le prestazioni e quindi di aumentare la produttività.

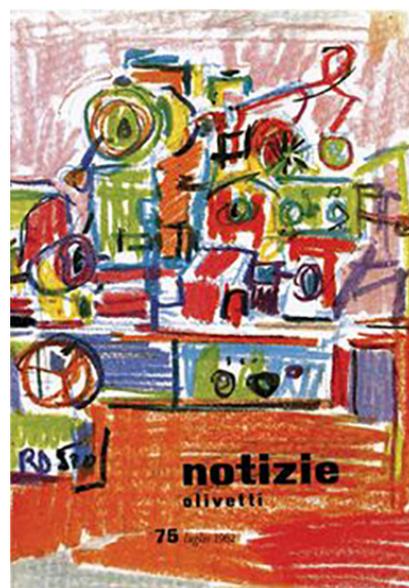
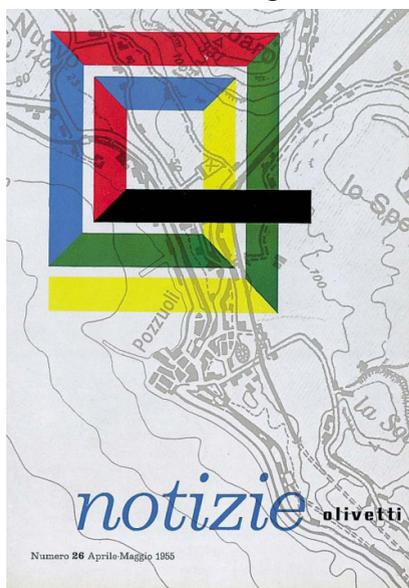
Negli anni Settanta il mercato delle macchine per scrivere tende alla saturazione, la pubblicità ne risente e perde la creatività dei due decenni precedenti. Anche la pubblicizzazione di Aurora, negli stessi anni, si trattiene dalla comunicazione giocosa o colorata e si focalizza di più sull'evidenziare caratteristiche tecniche dei prodotti, basti pensare alla campagna pubblicitaria per le penne Hastil e Thesi.



**Figura 146**  
Copertina Notizie Olivetti  
n. 26  
Marchio Olivetti realizzato  
da Marcello Nizzoli  
(1955)  
Archivi digitali Olivetti

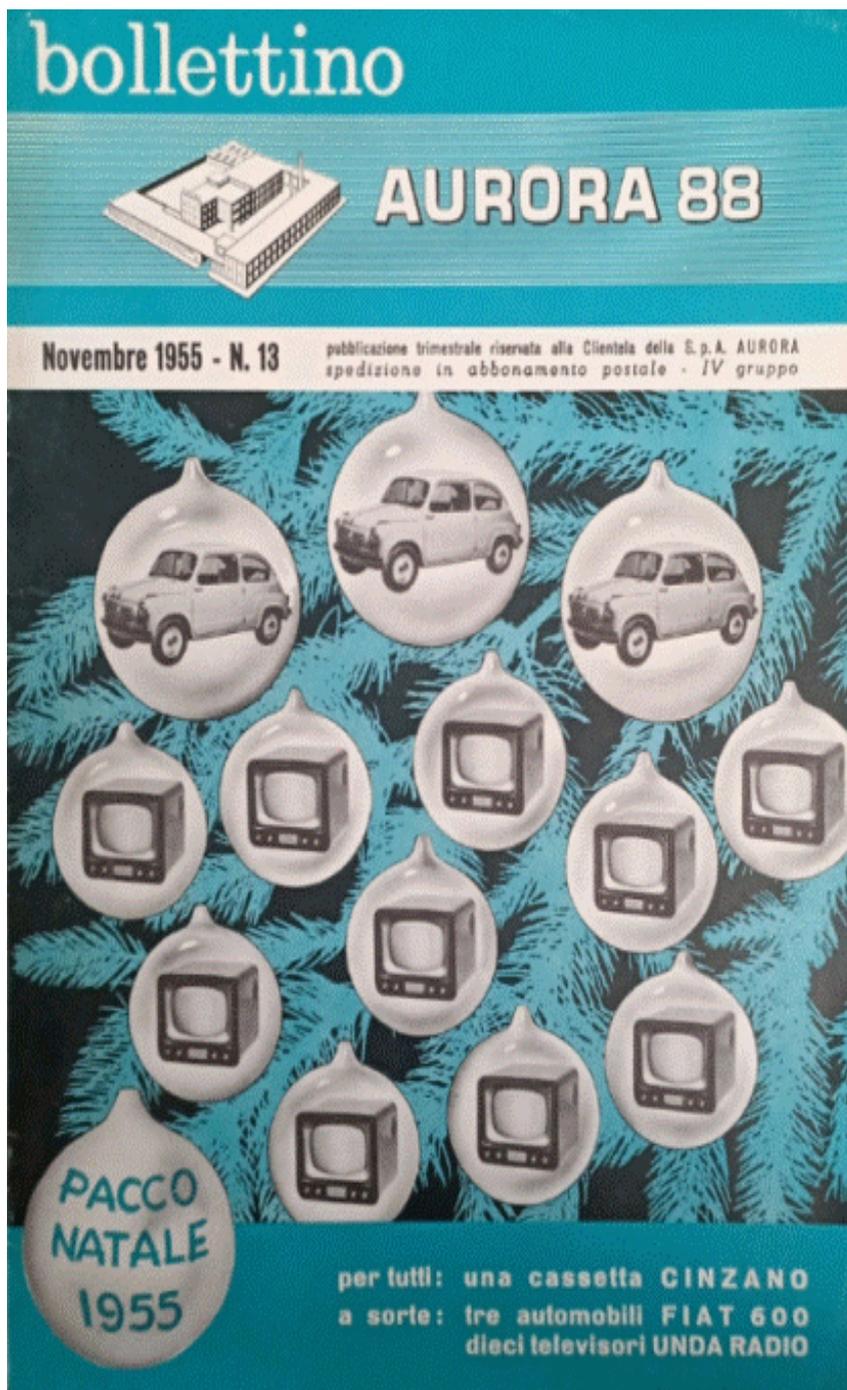
**Figura 147**  
Copertina Notizie Olivetti  
n. 76  
(1962)  
Archivi digitali Olivetti

**Figura 148**  
Locandina pubblicitaria  
Olivetti di Alexander detto  
Xanti, Studio Boggeri  
(1934)  
Immagine tratta da  
[http://www.sigecweb.beniculturali.it/images/fullsize/ICCD1009490/ICCD11148607\\_08755\\_VE%2015434\\_B.jpg](http://www.sigecweb.beniculturali.it/images/fullsize/ICCD1009490/ICCD11148607_08755_VE%2015434_B.jpg)



**Figura 149**  
 Bollettino Aurora n. 13  
 (Novembre 1955)  
 Archivio storico Aurora

<sup>16</sup> L'elenco delle riviste a cui è legato il nome di Adriano Olivetti comprende numerose "riviste che – come ricorda Renzo Zorzi – egli aiutava a vivere, che non sarebbero state in piedi, senza di lui, nemmeno un trimestre e a cui mai, mai impose qualcosa" come: L'Italia socialista, i Quaderni di sociologia, Nuova Repubblica, Nuovi Argomenti, Tempo Presente, Tempi Moderni, Casabella-Continuità, Europa Federata, Nord-Sud, Comuni d'Europa.



1947

Restyling Logo Olivetti  
 di Giovanni Pintori

# 3.2.1

## I bollettini e i cataloghi

La storia della Olivetti, soprattutto negli anni Quaranta e Cinquanta, si interseca con l'attività editoriale che, attraverso la pubblicazione di importanti periodici e riviste, hanno lasciato un segno nella cultura e nella società italiana. Oltre le edizioni di Comunità pubblicano varie altre riviste, dando vita a nuove iniziative o rilanciando iniziative preesistenti: la Rivista di Filosofia, la pubblicazione di Tecnica ed Organizzazione, Metron Architettura, Zodiac, Sapere, vari periodici pubblicati dalle Edizioni di Comunità confluiscono nelle Edizioni Nuova Europa, tra queste sono La via del Piemonte, La Sentinella del Canavese così come Il Notiziario Amministrativo.

Sele Arte, "bimestrale di cultura, selezione, informazione artistica internazionale", è pubblicato a cura dell'Ufficio Stampa della Olivetti per 78 numeri da luglio-agosto 1952 al giugno 1966; pubblicazione aziendale di notevole livello culturale rivolta al grande pubblico ed esempio di come un'azienda industriale può operare a favore della cultura umanistica e artistica.

Le numerose pubblicazioni aziendali della Olivetti si distinguono per l'elevata qualità culturale e grafica.<sup>16</sup> Un primo esempio è il Foglio Comunicazioni interne, notiziario prezioso per ricostruire i movimenti all'interno dell'azienda nel periodo tra l'ottobre 1939 e l'aprile 1942. Il Bollettino Interno Olivetti (pochi numeri tra il 1939 e il 1947) contiene foto e articoli di maggiore sostanza sulla vita aziendale di quegli anni e sostituito tra il 1947 e il 1953 dalla Rivista Olivetti dedicata alla sua organizzazione; i testi sono in italiano, inglese, spagnolo e francese, quasi a sottolineare la dimensione internazionale. Il contenuto è molto vario e spazia dalle informazioni su prodotti e organizzazione aziendale a temi di cultura, economia e sport; alla fine

del 1952 la Rivista Olivetti sarà sostituita da Notizie Olivetti.

Nel 1949 viene pubblicato il Giornale di Fabbrica Olivetti dedicato ai temi di maggiore interesse all'interno dell'Azienda. Un netto salto di qualità nei contenuti giunge con Notizie Olivetti, rivista pubblicata con cadenza prima mensile e poi bimestrale tra il 1952 e il 1968.

Numerosi furono i bollettini editi da strutture tecniche e commerciali della Olivetti come Systems & Networks - Technical Information Journal, pubblicato in inglese con articoli che riportano risultati ed esperienze dell'attività di ricerca di OS&N e Olivetti Research and Technology Review (1982-1987).

I primi bollettini Aurora risalgono agli anni Venti e come già descritto, fin dalle prime produzioni, l'azienda ha sempre dato il giusto valore alla comunicazione legata alla vendita. Nell'arco di tutta la produzione si sono succedute diverse tipologie di sponsorizzazione dei prodotti. In archivio è presente un solo bollettino storico che risale agli anni Venti, precisamente al 1928; quelli che vennero pubblicati dagli anni Cinquanta ne sono presenti in archivio 14, su un totale di 27. Anche questa collezione ha l'intento di essere completata grazie agli acquisti che Aurora sta effettuato tramite i collezionisti. Il primo bollettino risale ad aprile del 1952, mentre l'ultimo a febbraio 1961.

**Figura 150**  
Copertina della Rivista  
Olivetti n. 2  
(Luglio 1948)  
Archivi digitali Olivetti

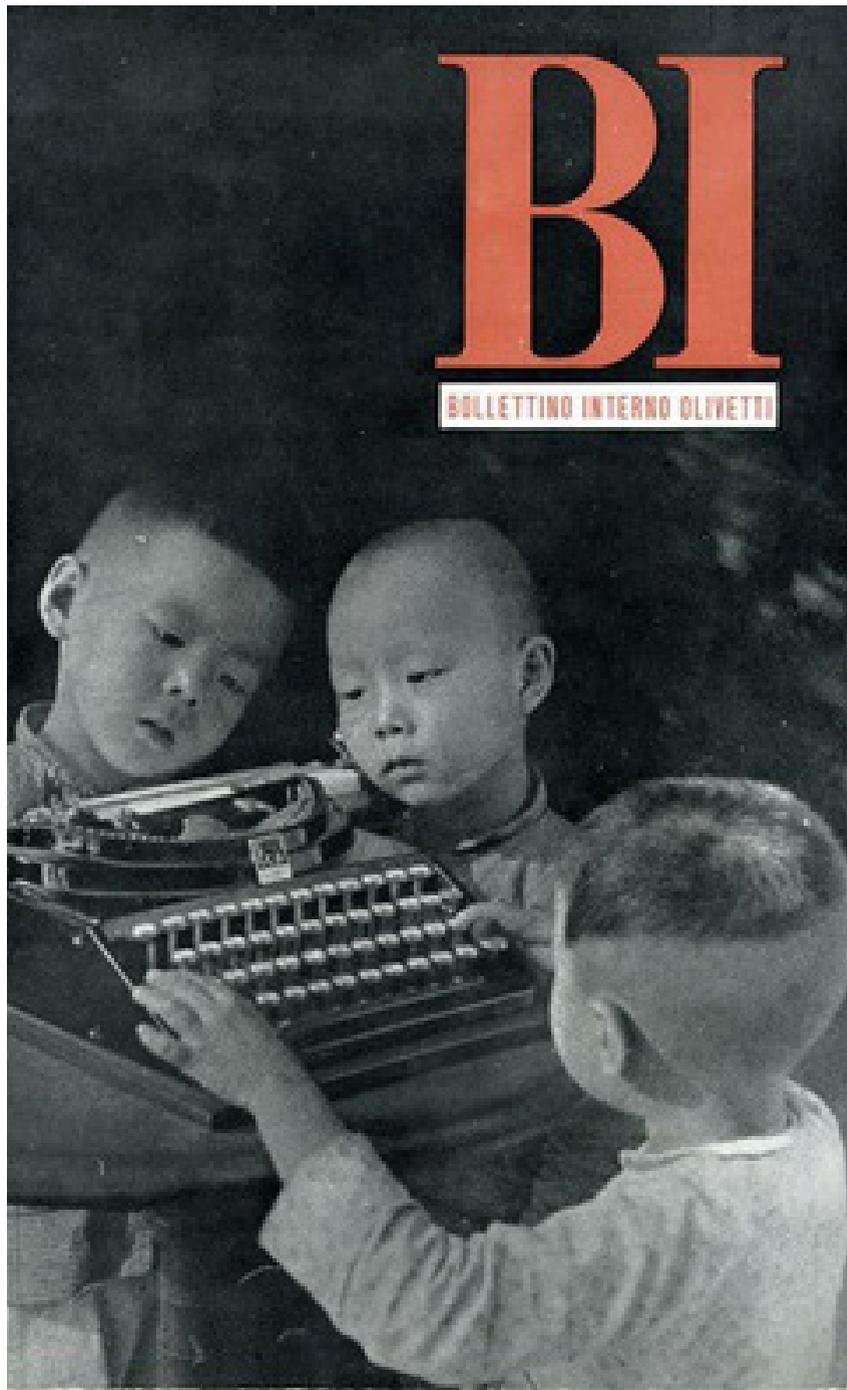


Ing. C. Olivetti e C.S.p.A. - Ivrea

1947

Viene costituita  
la British Olivetti Ltd.  
a Glasgow

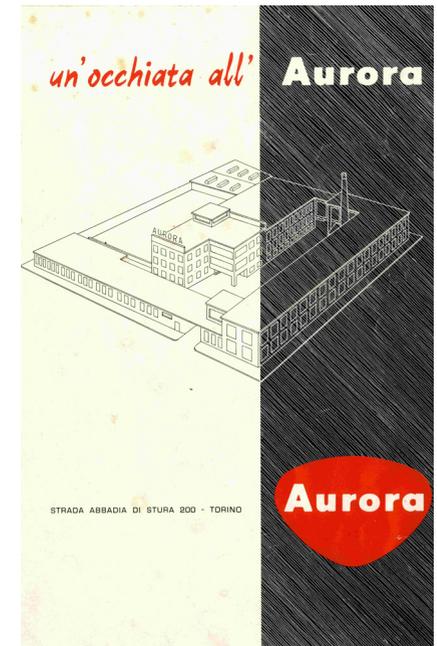
**Figura 151**  
 Copertina Bollettino  
 Interno Olivetti n. 2  
 dedicata alla macchina  
 per scrivere portatile MP1,  
 circondata da bimbi  
 dell'Estremo Oriente  
 (1939)  
 Archivi digitali Olivetti



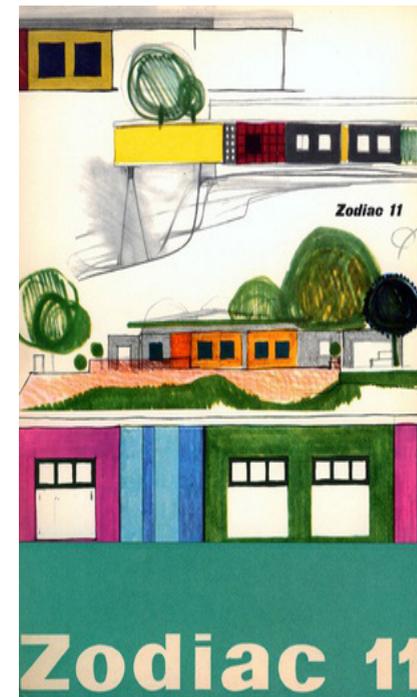
**Figura 152**  
 Copertina Pubblicazione  
 aziendale Olivetti  
 (Anni Sessanta)  
 Opuscolo che illustra gli  
 stabilimenti della società  
 a Ivrea  
 Archivi digitali Olivetti



**Figura 153**  
 Copertina Catalogo Aurora  
 n. 26  
 Illustrazione nuova sede  
 della Manifattura  
 (1950)  
 Archivio storico Aurora



**Figura 154**  
 Copertina Zodiac realizzata  
 da Ettore Sottsass jr. n. 11  
 (1963)  
 Archivi digitali Olivetti



**Figura 155**  
 Copertina primo numero di  
 Tecnica ed Organizzazione  
 (1937)  
 Archivi digitali Olivetti



Ciascun bollettino era composto da 8 pagine; le dimensioni erano 22.7x16.5 cm. Era un libricino composto da una copertina, sulla quale era presente il numero del bollettino, la data di pubblicazione, il logo Aurora oppure il nome di una penna Aurora. La pubblicazione dei primi bollettini degli anni Venti era bimestrale, mentre quella tra gli anni Cinquanta e Sessanta era trimestrale ed era riservata alla clientela della società; in prossimità delle feste veniva colta l'occasione per inviare i migliori auguri. Sempre nella pagina di copertina, spesso, vi era una breve anticipazione del contenuto. Vi erano due listini distinti, uno per i rivenditori e l'altro per il pubblico. Le informazioni descritte in griglia suddivise per ciascuna tipologia di prodotto, (penne stilografiche e a sfera, automine, ricambi e confezioni) erano: simbolo (codice prodotto), disegno dell'oggetto, descrizione (materiale, rivestimento, pennino), confezione e prezzo.

Nel bollettino n. 13 di Novembre 1955, in occasione delle vicinissime feste natalizie, l'Aurora adottò una strategia di marketing, già utilizzata anche i due anni precedenti; si trattava del "Pacco Natale 1955" che permetteva di acquistare l'assortimento necessario per le vendite di fine anno. Il pacco conteneva due doni immediati (una cassetta Cinzano e una copia del tradizionale Annuario Enciclopedico AZ) e il diritto di partecipare all'estrazione a sorte per la quale vi erano come premi 3 automobili Fiat 600 e 10 televisori UNDRAD RADIO da 17 pollici. La presenza dell'Annuario Enciclopedico AZ come omaggio, rende ben visibile come le due attività, Aurora Penne e l'Editoriale Aurora-Zanichelli avessero delle congiunzioni. Approfondirò successivamente la società per l'editoria fondata da Giovanni Enriques.

All'interno del bollettino vi era l'elenco dei premiati relativo ad un'ulteriore strategia di vendita denominato "Pacco Scuola DUO-CART" che proseguì fino al 31 gennaio 1956. Il Direttore Responsabile di questo bollettino fu il Dott. Eugenio Fubini; sfortunatamente non si hanno fonti relative al numero di copie.

Il primo catalogo Aurora, datato 1922, elenca una serie di rientranti in ebanite nera in sei misure, due modelli con riempimento a contagocce ed un modello a leva laterale, sempre in ebanite nera.

L'indicazione dei nomi di modello utilizzata a partire da questo primo catalogo verrà mantenuta per tutto il corso degli anni Venti ed anche successivamente; essa si basa su un principio molto semplice di sigle e numeri. Fino al 1929, data in cui vengono introdotti i primi modelli in celluloide, l'intero quadro produttivo ruota intorno modelli base definiti nel primo catalogo del 1922. Variazioni e sviluppi vengono ottenuti con l'ampliamento delle misure disponibili per ciascun modello, con l'aggiunta di colorazioni, con le varianti dei disegni decorativi dell'ebanite ed infine, con l'elaborazione di una gamma piuttosto ampia di particolari di finitura e rivestimenti capaci di garantire innumerevoli divagazioni estetiche.

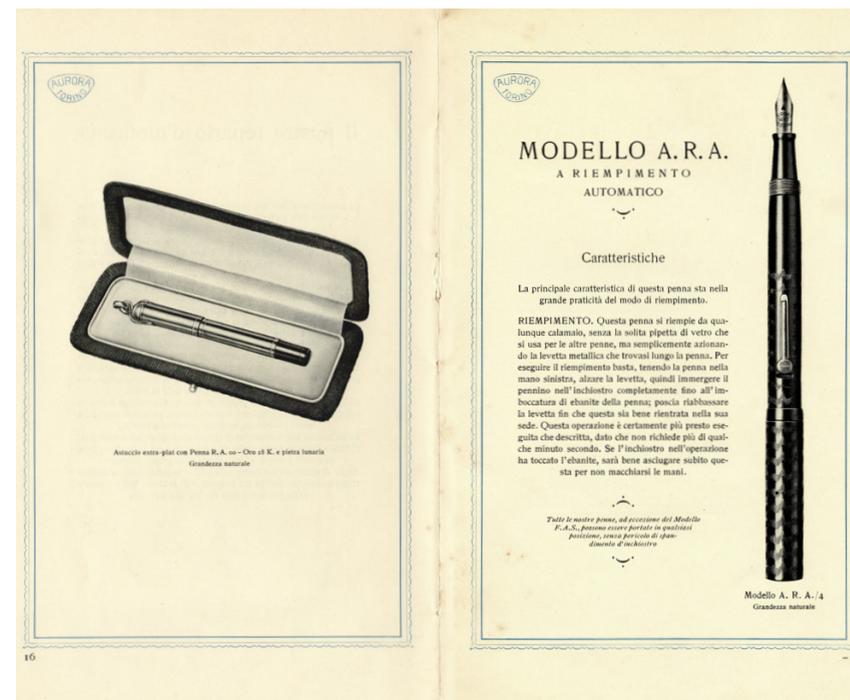
Le campagne pubblicitarie vennero improntate ad una distribuzione massiccia e capillare, mirante, in primo luogo, a trasformare la stilografica da oggetto di lusso ed esclusivo in un utile strumento di uso quotidiano, accessibile a tutti. L'analisi dei cataloghi utilizzati per la distribuzione delle penne "A.S.CO." offre spunti molto interessanti per la comprensione dell'intero programma commerciale che sta alla base della produzione di questa linea di penne. I cataloghi, realizzati dall'Agenzia pubblicitaria "Aerostudio Borghi", meritano un'attenzione particolare per la qualità del messaggio pubblicitario, Letizia Jacopini scrive: *"E' un'Italia povera e disorientata quella che il lavoro grafico dell'Aerostudio Borghi ci descrive attraverso il catalogo di vendita delle penne A.S.CO. del 1933. Questo prezioso pieghevole contiene in sé tutte le contraddizioni degli anni trenta, un decennio di speranze che si alimentano su una realtà di crisi, dove il mondo della fantasia e dei sogni cerca di creare un'apparenza di fiduciosa normalità a fronte di un universo che tutt'intorno si sta srotolando in una spirale di follia. Già la facciata del catalogo suscita l'impressione di una realtà onirica, con un transatlantico che solca le acque di un quieto mare sul cui fondale traspaiono enormi banconote da mille lire. Il viaggio, la ricchezza, il sogno: tutto in toni sfumati di azzurro leggero".* Il testo in caratteri capitali che campeggia sulla seconda facciata: *«Navigherete sui mari della Fortuna se saprete approfittare delle buone occasioni»*.<sup>17</sup>

<sup>17</sup> L. Jacopini, *La storia della stilografica in Italia 1900-1950*, Ediz. italiana e inglese, Vol. 1, 2001, OPS Organiz. Promozione Spazi.

Figura 156  
Frontespizio catalogo  
penna "R.A. 0"  
(Anni Venti)  
Archivio storico Aurora



Figure 157 e 158  
Pagine di catalogo  
modello "A.R.A."  
(Anni Trenta)  
Archivio storico Aurora





**Figura 159**  
 Pubblicità su quotidiano  
 modello "A.R.A. 4"  
 (Anni Trenta)  
 Archivio storico Aurora



**Figura 160**  
 Frontespizio catalogo  
 penna "Duplex"  
 (Anni Trenta)  
 Archivio storico Aurora



1948

A maggio,  
Giovanni Enriques,  
viene nominato  
amministratore delegato  
dell'Aurora



1948

Olivetti lancia  
la Lexikon 80 di Marcello  
Nizzoli

Quando si apre completamente il pieghevole, l'impressione che se ne riceve è quella di un fondo esageratamente scuro, su cui si stagliano 12 stilografiche disposte a lisca di pesce lungo due pellicole cinematografiche. Il richiamo al mondo del cinema è riproposto anche nella stilizzazione grafica del marchio "A.S.CO.", al centro di un rombo in cui sono iscritti una serie di cerchi di colore degradante, dal verde cupo, al giallo oro, al bianco centrale che simbolizza chiaramente l'occhio luminoso della cinepresa nel buio della sala cinematografica.

La distribuzione delle penne "A.S.CO." veniva garantita sia dalla diffusione dei cataloghi di vendita per corrispondenza, che avevano cadenza mensile, sia sfruttando tecniche di vendita alternative, molto in voga all'epoca. Un ruolo determinante veniva svolto dai cosiddetti "propagandisti", rappresentanti di vendita che venivano incentivati con premi in penne in base al volume delle ordinazioni raccolte.

Lo scopo era quello di trasformare l'acquirente o l'abbonato in agente di vendita, moltiplicando così in maniera esponenziale le possibilità di smercio.

L'Agenzia Supera garantiva a tutti i "propagandisti" assoluta riservatezza ed incentivi progressivi; prendendo come riferimento i prezzi indicati in catalogo, l'incentivo che ne risultava era di circa 20 Lire per ogni 100 Lire di ordinazioni, 45 per ogni 200 Lire, e ben 68 per ogni 300 Lire, un margine di guadagno medio approssimativamente del 40%. Sempre nel programma di distribuzione "A.S.CO.", vi era diffusione di specifici cataloghi per il modello da tavolo, un articolo sicuramente di forte richiamo per le vendite negli uffici. Non è possibile ipotizzare una catalogazione esaustiva dell'intero panorama "A.S.CO."; i cataloghi presenti in archivio possono aiutare, ma essi non coprono l'intero quadro produttivo e offrono solo informazioni.

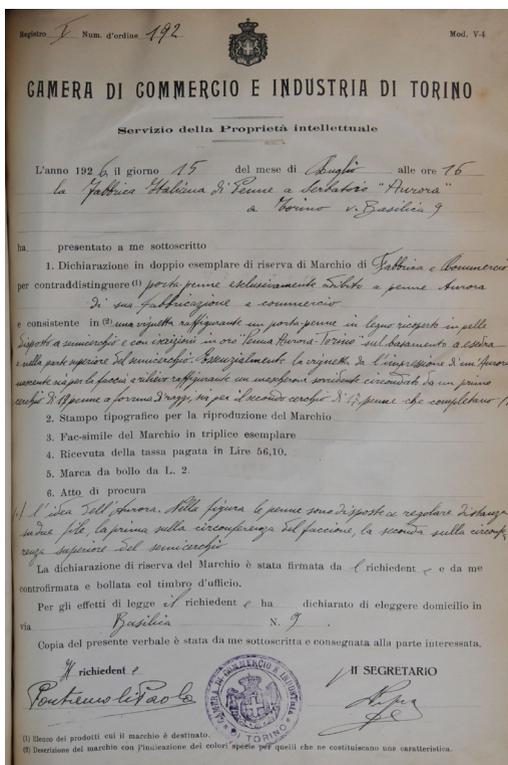


Figure 161 e 162  
Porta penne adibito a  
penne Aurora di  
sua fabbricazione  
e commercio  
(1926)  
Documento storico tratto  
dal progetto MATOSTO®  
([http://matosto.it/marchio/scheda-0192\\_1926/](http://matosto.it/marchio/scheda-0192_1926/))

# 3.2.2

## Gli espositori

In questo capitolo, trattando gli espositori, mi focalizzerò solo ed esclusivamente sulla Manifattura Aurora, in quanto l'esposizione delle macchine da scrivere verrà, successivamente, messa a confronto con i punti vendita, trattazione del prossimo capitolo.

Durante i primissimi anni di produzione, la vendita di penne tramite commerciali era molto diffuso e i primi espositori realizzati furono appunto quelli messi a disposizione dai rivenditori per poter esporre le penne durante le loro visite presso i commercianti. I primissimi espositori erano quindi delle cornici di legno, simili a dei porta gioielli, che potessero esser trasportati in valigette, mentre quelli da lasciare presso le cartolerie rivenditrici erano dei semplici cartonati in formato A4 da posizionare in negozio.

Tra gli espositori a cornice, c'è quello realizzato in legno e gommapiuma rivestita in feltro e per consentire la posizione ferma della penna da esporre, l'espositore possiede delle scanalature. Il marchio Aurora è posizionato nella parte superiore. La scritta è realizzata in metallo e incollata sul rivestimento in feltro.

Ulteriori espositori a cornice, realizzati in legno e ceramica e decorati con scritte metalliche rivettate, permettevano di contenere 10/12 penne in posizione verticale. Il marchio Aurora è posizionato anche questa volta nella parte superiore come a rappresentare un totem in miniatura. Vi è una freccia metallica che punta verso il basso che sta ad indicare la seguente scritta: *"La penna di classe"*. Questo richiama uno slogan pubblicitario pertanto può far intendere che questi espositori venissero usate per le penne "Novum".

Tra le tipologie di espositori vi è una vetrina con struttura portante e mensole in legno. Sul vetro vi è la scritta Aurora prodotta in vetro satinato che contrasta la superficie trasparente del vetro.

Questo tipo di espositore fu utilizzato per contenere le linee "O.L.O." ed "A.S.CO".

Alcuni sono infatti delle riproduzioni in tre dimensioni, di pubblicità storiche, come quella del francese Achille Luciano Mauzan, prodotta da Ind. Plast. D'attualità di Milano, come descritto sulla targhetta di riferimento.

Un altro oggetto, che ho ritenuto opportuno inserire tra gli espositori, è un porta penne adibito esclusivamente a penne Aurora, scovato consultando l'archivio del progetto MA.TO.STO.<sup>18</sup> della Camera di Commercio di Torino. Il porta penne in legno, ricoperto in pelle, è disposto a semicerchio; le iscrizioni "PENNA AURORA TORINO" sono in oro, poste sul basamento. Il viso a rilievo raffigurante un mascherone sorridente è circondato da un primo cerchio di 19 penne disposte a forma di raggi. Le penne sono disposte a regolare distanza su due file, la prima sulla circonferenza del faccione, la seconda sulla circonferenza superiore del semicerchio.

In riferimento alla penna Etiopia, fu realizzato un espositore rappresentato da un mezzo busto: un uomo dalla carnagione scura dall'espressione felice e sorridente. La base della statua è rettangolare e vi è dipinto la scritta "Etiopia la stilografica". Questo tipo di espositore fu utilizzato come espositore pubblicitario e non contenitivo, fine caratterizzante di quel periodo.

Ulteriore peculiare espositore fu quello realizzato per contenere solo 3 penne. La grafica richiama chiaramente quella utilizzata per le campagne pubblicitarie della penna "Internazionale" prodotta negli anni Trenta. Anche questo sembra più una scultura che un espositore e rende molto chiaro l'intento di Aurora di personalizzare ogni tipologia di vendita e di lavorazione che mantenga però un forte valore artigianale.

Altri tipi di espositori in archivio sono quelli dedicati a singole penne come per esempio il supporto semplice in cartone per la sponsorizzazione di "Auretta". Il supporto ha dei semplici fori dove fuoriescono due anelli metallici che sostengono la penna posizionata in diagonale. La pubblicità riporta il nome della penna, lo slogan, il costo ed il marchio Aurora.

<sup>18</sup> MaToSto® è l'acronimo di Marchi Torinesi nella Storia ed è la banca dati che la Camera di commercio di Torino ha creato per mettere a disposizione del pubblico i verbali delle domande di registrazione di marchi nazionali ed internazionali che fanno parte dell'archivio storico dell'ente. Una ricca, articolata e preziosa raccolta storica che testimonia in modo significativo la storia economica del territorio e la sua evoluzione nel tempo. Essa è disponibile, nella parte fin qui digitalizzata, per la libera consultazione al pubblico.

1949

Viene costituita  
la Olivetti Africa Ltd.  
a Johannesburg

**Figura 163**  
Espositore Aurette in  
cartone per banco e vetrina  
(Anni Settanta)  
Archivio storico Aurora



**Figura 164**  
Espositore Aurora  
in legno e metallo  
(Anni Venti)  
Archivio storico Aurora



**Figura 165**  
Prototipo espositivo in  
cartone per banco e vetrina  
(1956-1962)  
Archivio Steiner di Milano



**Figura 166**  
Espositore Aurette in  
cartone per banco e vetrina  
(Anni Settanta)  
Archivio storico Aurora



**Figura 167**  
Espositore pubblicitario  
penna Etiopia Aurora  
(Anni Trenta)  
Collezione privata  
Marco Zanasi

**Figura 168**  
Espositore Aurora  
in legno e ceramica  
(Anni Venti)  
Archivio storico Aurora

**Figura 169**  
Espositore Aurora  
in legno e metallo  
(Anni Venti)  
Archivio storico Aurora

**Figura 170**  
Espositore Aurora  
in legno, feltro e metallo  
(Anni Venti)  
Archivio storico Aurora

**Figura 171**  
Espositore Aurora  
in cartapesta  
(Anni Trenta)  
Archivio storico Aurora

**Figura 172**  
Espositore Aurora  
in cartapesta e tessuto  
(Anni Venti)  
Collezione privata  
Marco Zanasi



1950

Aurora è la prima ditta italiana a produrre le cartucce di plastica con macchine elettroniche e completamente automatiche



1950

Olivetti lancia la Lettera 22 di Marcello Nizzoli

<sup>19</sup> S. Campus, *Architetti e artisti per l'industrial design. Lo showroom Olivetti a New York*, ArcheoArte, 2012. Rivista elettronica di Archeologia e Arte <https://doi.org/10.4429/j.arart.2011.suppl.50>

**Figura 173**  
Espositore penna  
"Inazionale"  
(Anni Trenta)  
Archivio storico Aurora



# 3.2.3

## I punti vendita

Nella cultura dell'Olivetti il negozio doveva essere un ambiente dove arte e tecnologia, storia e modernità si mescolassero: un negozio non solo per vendere, ma anche per trasmettere un'immagine dell'Azienda. Alla metà del secolo scorso era ben radicata la convinzione che i luoghi di lavoro e della produzione dovessero avere elevate qualità estetiche, oltre che funzionali, per creare ambienti nei quali il lavoratore si sentisse gratificato e, trovandosi a proprio agio, potesse contribuire nel modo migliore alla crescita dell'impresa.

Questa convinzione, per l'Olivetti, si era poi estesa fino a comprendere anche i negozi, che dovevano rispettare certi standard predefiniti, essere disposti in modo razionale e funzionale, trasmettere al cliente un messaggio di efficienza, di qualità del design e di eccellenza tecnologica.

Non è possibile poter mettere a confronto le due realtà dal punto di vista cronologico, in quanto i primi punti vendita dell'Olivetti risalgono agli anni Trenta, mentre quelle dell'Aurora nacquero nella prima decade degli anni 2000, ma ho ritenuto appropriato descriverli dal punto di vista puramente rappresentativo.

Il negozio Olivetti di New York è stato caratterizzato da un'architettura a due piani, ubicato al n. 584 della Fifth Avenue. Opera degli architetti Ernesto Rogers, Enrico Peresutti e Lodovico Barbiano di Belgiojoso dello studio milanese BBPR per la parte architettonica e dallo scultore Costantino Nivola per la parte decorativa. Inaugurato nel 1954, è stato chiuso negli anni Settanta e successivamente demolito. <sup>19</sup>

Nel 1956, la filiale di Venezia rinnova il negozio situato sul Bacino Orseolo, nei pressi di piazza San Marco. Il progetto del nuovo allestimento è dovuto a Gian Antonio Bernasconi; i locali

sono abbelliti da un grande mosaico raffigurante cifre e lettere, realizzato da artigiani veneziani su disegno di Giovanni Pintori. Il soffitto a nido d'ape e i pavimenti in marmo serpentino e botticino a due colori conferiscono all'ambiente un tono elegante e vivace.

Ma per una città come Venezia l'Olivetti ha progetti più ambiziosi e nel 1957 promuove la ristrutturazione di un fondo di proprietà delle Assicurazioni Generali situato sotto i portici delle Procuratie Vecchie a pochi passi dalla basilica di San Marco. Adriano Olivetti ha in mente un negozio che trasmetta anche il senso della raffinata cultura dell'Azienda; un negozio che, posto in un contesto monumentale quale quello di piazza San Marco, faccia convivere la modernità e la tecnologia con il rispetto per l'ambiente storico. Occorre quindi rivolgersi ad un artista che conosca a fondo l'architettura, la storia e la cultura di Venezia. L'Olivetti decide di affidare l'incarico al veneziano Carlo Scarpa (1902-1978), che nel 1956 insieme a Ludovico Quaroni ha ottenuto il Premio Olivetti per l'Architettura e che è già molto noto per varie ristrutturazioni compiute in ambienti veneziani e per l'allestimento di importanti mostre.

La stesura del progetto si scontra subito con varie difficoltà: gli spazi disponibili sono angusti e le strutture architettoniche esistenti pongono vincoli stringenti. Scarpa deve impegnarsi a fondo per conciliare la necessaria funzionalità della struttura con l'eleganza delle forme. Non essendo proponibile giocare sui grandi spazi e sulle forme ariose, il progetto si concentra sui dettagli e sull'accurata scelta dei materiali (pietra e metalli, legno, vetri e laminati plastici), che sono utilizzati secondo un disegno molto elegante e attento ai minimi particolari.

Il risultato è un'opera di alto valore espressivo, da alcuni definita "un piccolo, raffinato capolavoro", inaugurato il 26 novembre 1958 alla presenza delle maggiori autorità della città. La bellezza di questo ambiente, celebrata anche da Carlo Ragghianti in un lungo articolo pubblicato sul n. 4 di Zodiac nel 1960, nasce dall'accostamento di una serie di dettagli.

A sinistra dell'ingresso, sopra una lastra di marmo nero su cui è steso un velo di acqua fluente, la scultura "Nu-

do" di Alberto Viani dà subito un tono a tutto il negozio.

Ragghianti racconta che Scarpa gli disse di avere elaborato il progetto come ambiente per la scultura di Viani; in questa affermazione vi è certamente un eccesso di modestia da parte di Scarpa, però è vero che l'opera di Viani cattura l'attenzione del visitatore appena entrato nel negozio, divenendo in qualche modo l'ombelico di quell'ambiente.

Lo spazio al piano terra, rialzato di 31 centimetri per proteggere il locale dalle periodiche aggressioni dell'acqua alta di piazza San Marco, è interamente dedicato all'esposizione dei prodotti e alla vendita; verso la piazza è chiuso da una cancellata in bronzo patinato, che si integra elegantemente nell'ambiente storico delle Procuratie Vecchie.

Una scala, leggera e irregolare, porta ai due grandi corridoi pensili che fungono anche da balconate per l'esposizione di prodotti e ottimizzano lo sfruttamento dello spazio che conduce ai piccoli ambienti d'ufficio del piano superiore. I gradini in marmo carsico (massello di "aurisina"), i rivestimenti in legno di tek massiccio della balconata, la pavimentazione realizzata con tessere di mosaico, la modernità dei lampadari, la porticina laterale, i rivestimenti in pietra di alcune pareti, l'iscrizione discreta del nome e del logo Olivetti all'esterno del negozio, sono solo alcuni degli aspetti che testimoniano l'accuratezza e la raffinatezza del progetto di Scarpa. L'Olivetti, in seguito, valorizzerà ulteriormente il negozio utilizzandolo anche come spazio espositivo per piccole mostre d'arte di elevata qualità. Con il passare degli anni l'evoluzione dei mercati e il cambiamento dei canali di distribuzione commerciale, rendono la gestione del negozio, non solo a Venezia, troppo onerosa in rapporto ai risultati commerciali che l'Azienda ne ricava. Intorno alla metà degli anni Novanta, l'Olivetti decide pertanto di chiudere il negozio, non prima però, di avere ottenuto dalla Soprintendenza alle Belle Arti di Venezia <sup>20</sup> il riconoscimento del valore storico e artistico dei locali, così da impedire ogni eventuale futura manomissione dell'opera di Scarpa. Dopo essere stato occupato

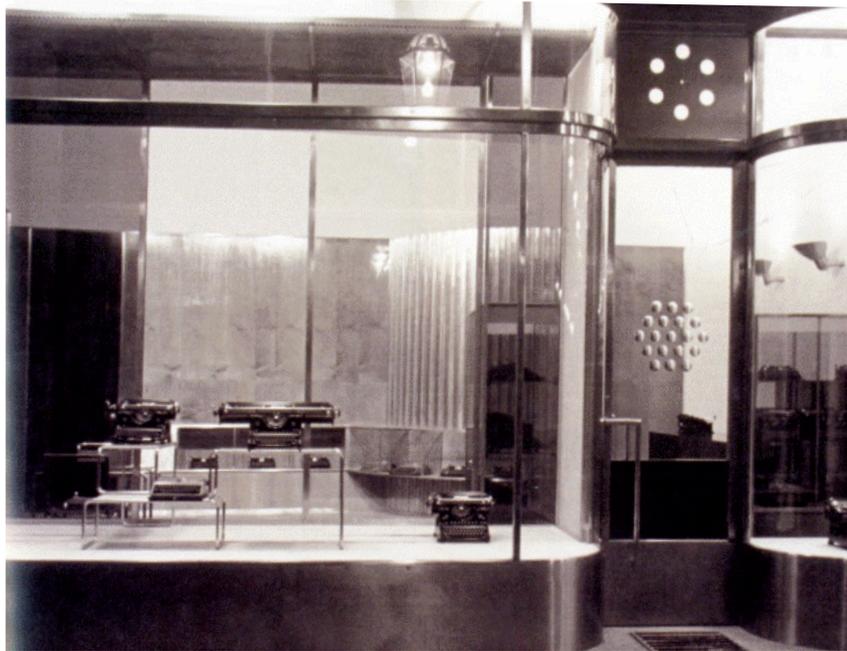
<sup>20</sup> La Soprintendenza è un organo periferico del Ministero per i Beni e le Attività Culturali e svolge i compiti istituzionali nel territorio di competenza.

L'attività riguarda fondamentalmente i seguenti aspetti: Salvaguardia e tutela attraverso il controllo, regolamentato da dispositivi legislativi, delle attività edilizie e di gestione del territorio (manutenzione e restauro degli immobili sottoposti a vincolo, modifiche ambientali e paesaggistiche, esami dei P.R.G.) <http://www.soprintendenza.venezia.beniculturali.it/it/la-soprintendenza>

1950

Viene costituita  
la Olivetti Corporation  
of America  
a New York

**Figura 174**  
Punto vendita Olivetti  
a Torino  
(1935)  
Xanti Schawinsky  
Archivio storico Olivetti



**Figure 175, 176 e 177**  
Punto vendita Olivetti  
a Venezia  
(1958)  
Carlo Scarpa  
Archivio storico Olivetti





**Figura 178**  
 Ingresso Punto vendita  
 Olivetti  
 a New York  
 (1954)  
 Ludovico Barbiano di  
 Belgiojoso, Enrico Peres-  
 suti ed Ernesto N. Rogers  
 (BBPR)

**Figura 179**  
 Punto vendita Olivetti  
 a New York  
 (1994)



**Figura 180**  
 Installazione  
 di Marcello Nizzoli al  
 negozio Olivetti  
 a Venezia  
 (1934)  
 Fondo Fototeca Olivetti  
 Foto Archivio Renzo Zorzi  
 Foto Negozi e Show-rooms  
 provenienti dall'Archivio  
 Zorzi  
 Fascicolo 50  
 Associazione archivio  
 storico Olivetti

**Figura 181**  
Punto vendita Aurora  
Roma  
(2018)  
Linda Di Fonzo  
Archivio fotografico Aurora



**Figura 182**  
Punto vendita Aurora  
Iran  
(2016)  
Cesare Verona  
e Linda Di Fonzo  
Archivio fotografico Aurora





**Figura 183**  
Punto vendita Aurora  
Turchia  
(2010)  
Linda Di Fonzo  
Archivio fotografico Aurora



**Figura 184**  
Punto vendita Aurora  
Messico  
(2010)  
Linda Di Fonzo  
Archivio fotografico Aurora

**Figura 185**  
Punto vendita Aurora  
Milano  
(2021)  
Linda Di Fonzo  
e Arch. Cesar Mosca  
Archivio fotografico Aurora



1951

Giovanni Enriques,  
coinvolgendo l'Aurora  
e la Zanichelli, da' vita  
a una nuova casa editrice:  
l'Editoriale  
Aurora Zanichelli

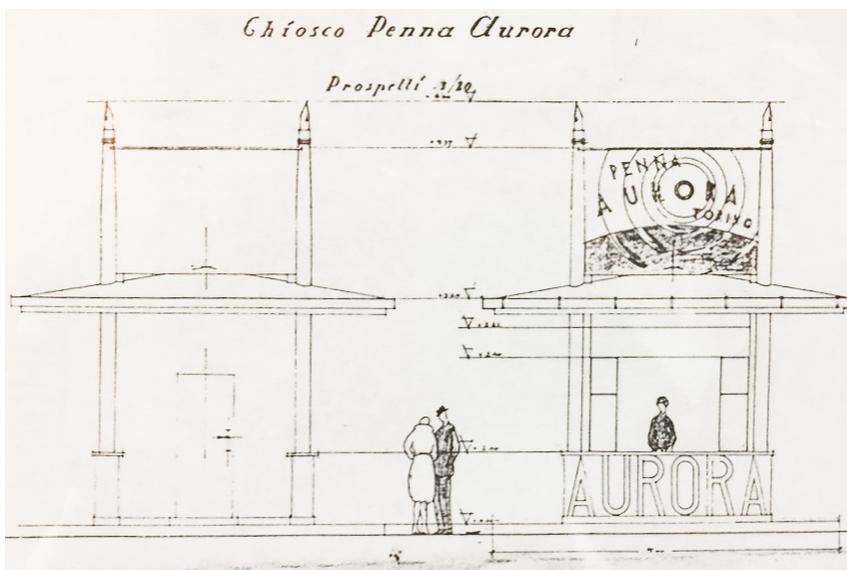
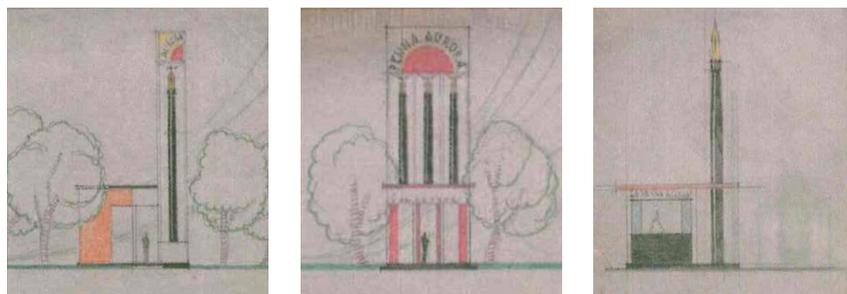


1952

Ad aprile,  
esce il primo bollettino  
Aurora

**Figure 186, 187 e 188**

Disegno esecutivo  
chiosco Aurora  
Esposizione di Torino  
(1928)  
Umberto Cuzzi  
Proprietà archivio  
dell'Istituto Alvar Aalto e  
MAAAC  
Museo Architettura, Arti  
Applicate e Design

**Figura 189**

Disegno esecutivo  
chiosco Aurora  
Esposizione di Torino  
(1928)  
Umberto Cuzzi  
Proprietà archivio  
dell'Istituto Alvar Aalto e  
MAAAC  
Museo Architettura, Arti  
Applicate e Design

da una galleria d'arte e di oggetti in vetro di Murano, il negozio, forse l'unico rimasto tra quelli ristrutturati da Scarpa, viene rilevato dal FAI (Fondo Ambiente Italiano); riportato alle sue forme originarie e allestito anche con i prodotti storici dell'Olivetti, nell'aprile 2011 apre nuovamente ai visitatori nella forma di un piccolo, ma significativo museo.

I primi punti vendita di Aurora nacquero nella prima decade degli anni 2000. Le prime furono in Messico, Turchia ed Iran. In Asia non vi sono vere e proprie boutique, ma Aurora lavora con i distributori. Nel 2018 Aurora apre in Italia la sua prima boutique monomarca a Roma, in Via del Babuino, nel cuore della Capitale. Il 14 ottobre 2021 apre la boutique a Milano.

# 3.3

## Fiere campionarie: partecipazioni di Cesare Verona Sr, Aurora e Olivetti

Aurora guarda sin da subito oltre i confini piemontesi partecipando regolarmente alla Fiera di Milano dove diviene presto noto il chiosco Aurora posizionato all'ingresso, ma anche promuovendosi all'estero come alla Fiera Campionaria di Lipsia e da qui in Svizzera, Spagna e Polonia oltre che nella vicina Francia con cui, come già descritto in uno dei capitoli precedenti, gli scambi commerciali sono così stretti da riuscire a portare a Torino l'esclusiva per la produzione delle matite a mina continua Edacoto.

Durante il corso degli anni Venti, Aurora si impegna in maniera massiccia ad imporre la propria immagine sul mercato: la partecipazione alla Fiera Campionaria di Milano, all'Esposizione di Torino e all'Esposizione Internazionale di Barcellona sono solo alcuni esempi che ne confermano il ruolo di un'azienda emergente nel mercato della scrittura, perfettamente in grado di competere con successo con i principali produttori europei e statunitensi. L'attività di esportazione si rivolgeva anche verso i mercati dell'America Latina, in particolare l'Argentina ed il Brasile. Non era insolito che i modelli Aurora destinati all'esportazione oltreoceano subissero delle variazioni stilistiche rispetto ai modelli destinati al mercato italiano. Esistono infatti numerosi esemplari di stilografiche Aurora degli anni Venti e Trenta rinvenuti in America Latina, che si discostano per una serie di dettagli dai modelli della stessa epoca commercializzati in Italia.

Nel 1920 si svolge la prima fiera campionaria, organizzata da un ente apposito, il regio Ente Autonomo Fiera Internazionale di Milano. Tre anni più tardi l'Ente sposta in via

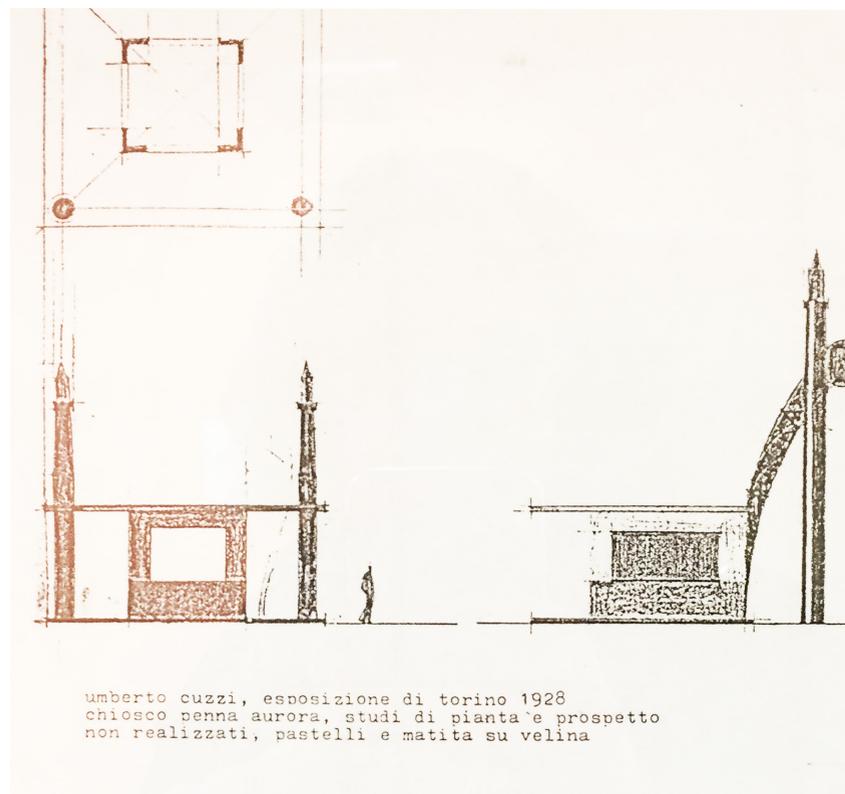
definitiva l'esposizione nella "Nuova Piazza d'Armi", zona che da allora e per decenni verrà conosciuta come Fiera Campionaria di Milano, vicino all'attuale stazione della metropolitana di Piazza Amendola. Nello stesso periodo, è possibile constatare dai Cataloghi consultati in Archivio Aurora, la partecipazione, contemporaneamente di Sir. Cesare Verona come venditore Remington e dell'Olivetti.

Sono disponibili in Archivio Aurora un certo numero di scansioni degli schizzi realizzati dall'Arch. Umberto Cuzzi per la progettazione del chiosco Aurora all'esposizione del 1928 a Torino. I disegni esecutivi sono a china su carta da lucido. Gli schizzi sono di proprietà dell'Istituto Alvar Aalto e MAAAC Museo Architettura, Arti Applicate e Design. La disponibilità di tali schizzi è frutto dell'attenzione che gli Architetti Leonardo Mosso e sua moglie Laura Castagno hanno dedicato, nella loro vita, a salvare archivi e documenti che sarebbero andati perduti.

Cuzzi e Gyra nel progettare il padiglione "Penne Aurora" sperimentano le possibilità offerte dal "fuori scala", dal gioco cromatico e dalla grafica pubblicitaria, per creare un'architettura di richiamo che permetta il riconoscimento immediato del prodotto presentato. Gli schizzi ci danno un quadro delle diverse possibilità prese in considerazione dai due architetti prima di giungere al progetto definitivo. In due di queste soluzioni il padiglione arredato interamente con un banco di vendita e con piccole bacheche è risolto come un semplice blocco a forma di parallelepipedo che ricorda l'elementarità compositiva dei padiglioni degli orafi e della tipografia, progettati sempre nell'ambito dell'Esposizione per la mostra della Federazione delle Comunità autonome artigiane. Nel caso del chiosco Penne Aurora, la semplicità formale appare funzionale allo scopo pubblicitario del padiglione. Il prospetto dell'edificio costituisce infatti una sorta di pagina bianca, un supporto per il messaggio grafico vivacemente colorato. In altri schizzi compare una penna stilografica ingigantita come elemento plastico autonomo, accostato al piccolo edificio e collegato a questo dalla scritta "Aurora" o dalla copertura del padiglione. L'idea è molto sem-

plice, ma d'effetto, utilizzata anche in un'immagine pubblicitaria della ditta "Aurora", in cui una penna stilografica è accostata ad un grattacielo, richiamando la componente ludica che caratterizza l'opera di alcuni futuristi, di Depero in particolare.

Nella versione definitiva, l'idea iniziale, riportata ad una scala più realistica, sembra aver perso la sua efficacia. Forse contribuisce a questa impressione anche il tipo di rappresentazione grafica adottata: la definizione di disegno esecutivo che porta agli architetti a studiare maggiormente alcuni dettagli costruttivi, quali le vetrine angolari e il banco di vendita, che serve da supporto per la grande scrittura Aurora, mette maggiormente in evidenza, rispetto agli schizzi, la precarietà costruttiva del chiosco e non dà modo di cogliere il gioco cromatico che arricchisce invece gli studi.



1952

Viene costituita  
la Olivetti Australia  
di Sidney

1952

Restyling Logo Olivetti  
di Marcello Nizzoli, la  
forma adottata, viene im-  
pressa sulla macchina per  
scrivere Studio 44

**Figura 190**  
Disegno esecutivo  
chiosco Aurora  
Esposizione di Torino  
(1928)  
Umberto Cuzzi  
Proprietà archivio  
dell'Istituto Alvar Aalto e  
MAAAC  
Museo Architettura, Arti  
Applicate e Design

**Figura 191**  
Stand Aurora e Olivetti,  
Padiglione espositivo Fiera  
di Milano  
(1950)  
Archivio storico Aurora



**Figura 192**  
Chiosco Aurora,  
Fiera di Milano  
(1931)  
Archivio storico Aurora



**Figura 193**  
Chiosco Aurora,  
Fiera di Milano  
(1935)  
Archivio storico Aurora

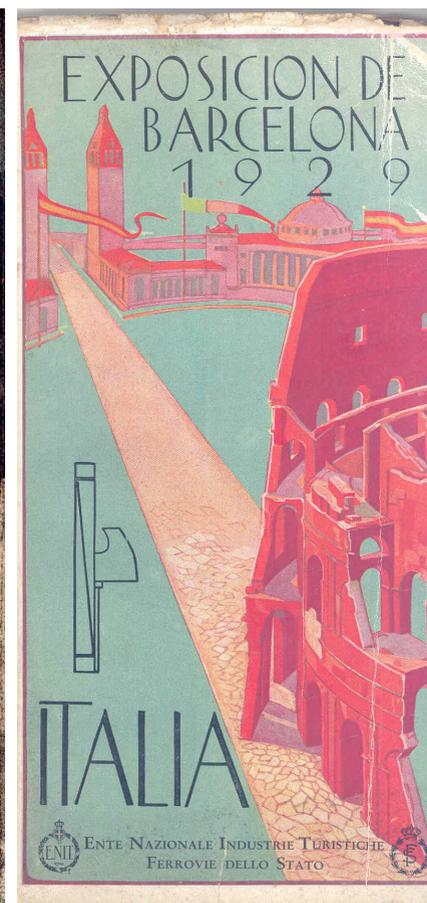


**Figura 194**  
Stand Cesare Verona Sr,  
Fiera di Milano  
(1935)  
Archivio storico Aurora





**Figura 195**  
Stand Aurora,  
Esposizione internazionale  
di Barcellona (1929)  
Archivio storico Aurora



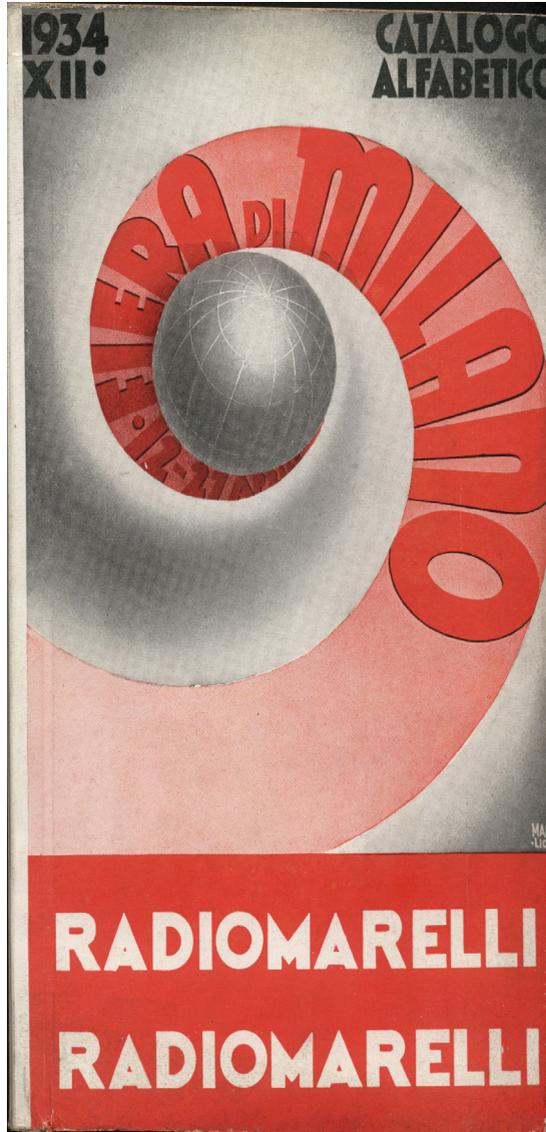
**Figura 196**  
Frontespizio pieghevole  
ufficiale,  
Esposizione internazionale  
di Barcellona (1929)  
Archivio storico Aurora



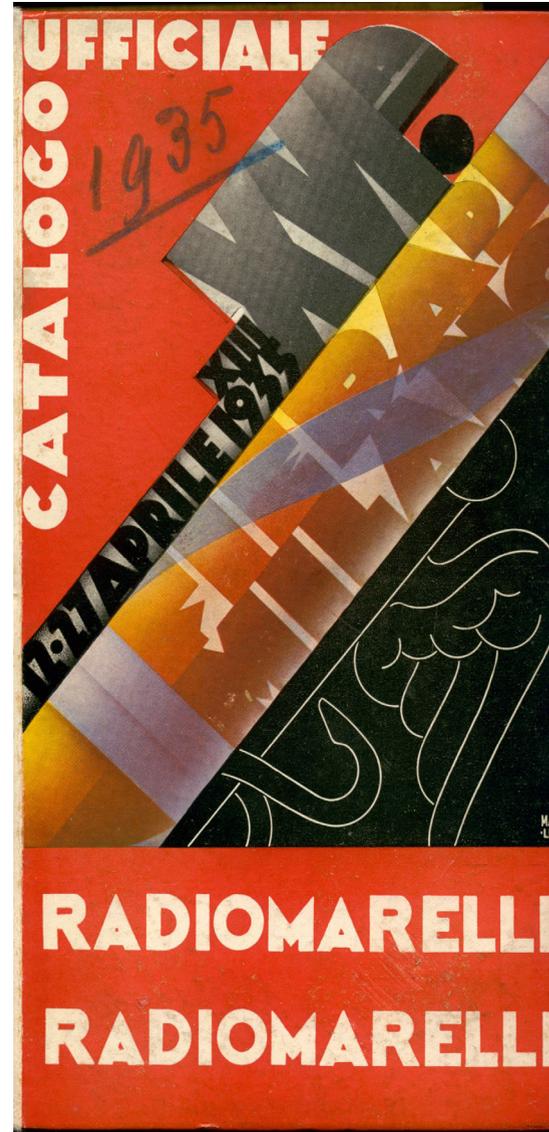
**Figura 197**  
Fiera di Milano  
(1933)  
Archivio storico Aurora

Partecipazioni Fiera di Milano	1920	1921	1922	1923	1924	1925	1926	1927	1928	1929	1930	1931	1932
Cesare Verona Senior		x					x		x				x
Aurora			x				x	x	x	x	x	x	x
Olivetti	x	x	x	x			x	x	x	x	x	x	x

**Figura 198**  
 Frontespizio Catalogo  
 ufficiale Fiera Campionaria  
 Internazionale di Milano  
 (1934)  
 Archivio Storico  
 Fondazione Fiera Milano



**Figura 199**  
 Frontespizio Catalogo  
 ufficiale Fiera Campionaria  
 Internazionale di Milano  
 (1935)  
 Archivio Storico  
 Fondazione Fiera Milano

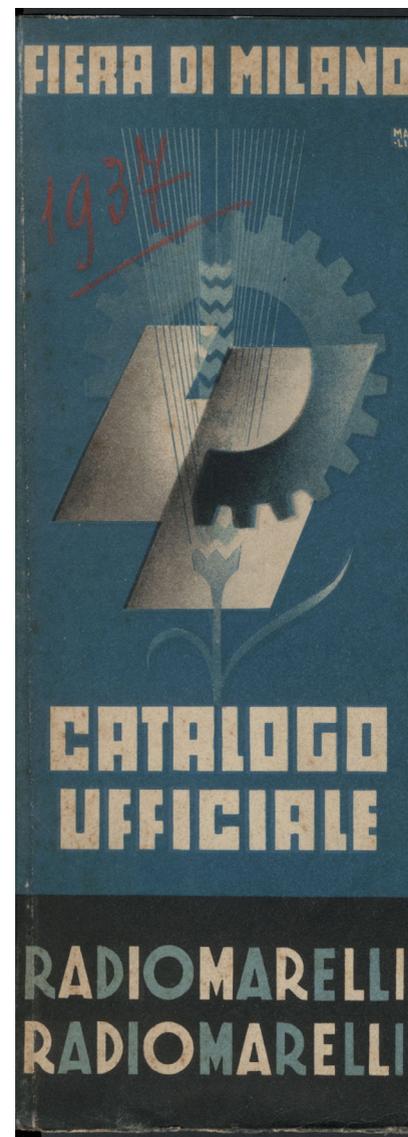


**Figura 200**  
 Frontespizio Catalogo  
 ufficiale Fiera Campionaria  
 Internazionale di Milano  
 (1948)  
 Archivio Storico  
 Fondazione Fiera Milano



1933	1934	1935	1936	1937	1938	1939	1940	1941	1942	-----	1946	1947	1948	1949	1950
X	X	X	X	X	X						X	X	X	X	X
X	X	X	X	X									X	X	X
X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		X	X	X	X	X

**Figura 201**  
Frontespizio Catalogo ufficiale Fiera Campionaria Internazionale di Milano (1926)  
Archivio Storico Fondazione Fiera Milano



**Figura 202**  
Frontespizio Catalogo ufficiale Fiera Campionaria Internazionale di Milano (1928)  
Archivio Storico Fondazione Fiera Milano

**Figura 203**  
Frontespizio Catalogo ufficiale Fiera Campionaria Internazionale di Milano (1932)  
Archivio Storico Fondazione Fiera Milano

**Figure 204, 205 e 206**  
Frontespizio Catalogo ufficiale Fiera Campionaria Internazionale di Milano (1936, 1949, 1950)  
Archivio Storico Fondazione Fiera Milano



**Figura 207**  
Frontespizio Catalogo ufficiale Fiera Campionaria Internazionale di Milano (1933)  
Archivio Storico Fondazione Fiera Milano

**Figura 208**  
Frontespizio Catalogo ufficiale Fiera Campionaria Internazionale di Milano (1937)  
Archivio Storico Fondazione Fiera Milano

**Figura 209**  
Giovanni Enriques  
(Anni Quaranta)  
Immagine tratta dal  
volume  
“Giovanni Enriques, dalla  
Olivetti alla Zanichelli”,  
di S. Gerbi, edito da Ulrico  
Hoepli, Milano 2013



 1954

Aurora realizza  
il modello Duocart  
(premio Compasso d'Oro  
su progetto  
di Albe Steiner)

 1954

Manifesto pubblicitario  
disegnato da Raymond  
Savignac per  
macchina per scrivere  
portatile Lettera 22

<sup>1</sup>A. Castagnoli, *Essere im-  
presa nel mondo.  
L'espansione internazionale  
dell'Olivetti dalle origini agli  
anni Sessanta*, Il Mulino,  
Bologna, 1984.

# 4.

## Giovanni Enriques: tra macchine per scrivere e penne

Giovanni Enriques, fu uno dei più stretti collaboratori di Adriano Olivetti, figura che aveva potuto dar vita ad un particolare modello di crescita integrata tra fabbrica, territorio e comunità civile grazie anche all'eccezionale sviluppo di cui aveva goduto negli anni dell'immediato dopoguerra e nei primi anni Cinquanta. La forte crescita della domanda interna di macchine da calcolo e da scrivere, associata ad una significativa lievitazione della domanda esterna, avevano permesso all'Olivetti di lucrare elevatissimi profitti, che destinò in parte a nuovi investimenti industriali e in parte alla promozione di iniziative sociali per le quali divenne nota.

Contribuì in modo essenziale alla creazione della rete di vendita dell'azienda canavesana in Europa, nel Commonwealth britannico, in America latina, in Africa e soprattutto negli Stati Uniti.<sup>1</sup> Realizzò la sintesi di più matrici culturali: quella umanistica acquisita negli anni di liceo, quella civico-politica maturata attraverso le esperienze nella resistenza e nel CLN, quella manageriale sviluppata nei molti anni di lavoro all'Olivetti, quella scientifica e tecnica mutuata dal padre e dai suoi studi giovanili di ingegneria civile.

A metà degli anni Quaranta, la famiglia Enriques aveva ereditato quote azionarie dello zio, senatore Isaia Levi (marito della zia materna, Nella Coen). Tra queste, Giovanni ereditò quote di capitale e partecipazioni azionarie della casa editrice Zanichelli di Bologna e della fabbrica di penne Aurora. La società, già di proprietà dello zio, come già descritto nei capitoli precedenti, era stata a lungo diretta, in periodo anteguerra, da Rodolfo De Benedetti, a sua volta imparentato con la sorella di Giovanni Enriques, Adriana.

Alla fine del 1946 assunse la proprietà dell'Aurora e iniziò a coniugare in essa quel binomio di cultura-industria che era alla base della sua personalità e consentì alla Manifattura di proiettarsi verso la media industria ed affermarsi sia su mercati nazionali che internazionali. Attraverso un'efficace riorganizzazione di tutte le funzioni aziendali, dimostrò come la sfera culturale non fosse aliena a quella produttiva, ma al contrario, ne fosse intimamente collegata. Effettuò una marcata modernizzazione del prodotto, sia in termini tecnologici, sia dal punto di vista estetico, affidandone la progettazione ad "industrial designers" di fama. Fu possibile introdurre innovazioni nell'impresa e non solamente nei beni prodotti, ma anche nei rapporti sociali tra i vari soggetti partecipanti al processo produttivo. La compenetrazione delle sfere produttive e culturali doveva essere equilibrata al fine di non creare forme di mero produttivismo o, viceversa, di forzato culturalismo, forme che avrebbero creato nel tempo pericolosi squilibri.

# 4.1

## Biografia: personalità, relazioni e parentele

Inizio, non a caso, dalla personalità di Giovanni Enriques in quanto fin dal principio della mia ricerca rimasi stupita dall'amore e dalla stima che trapelava dalle testimonianze, sia scritte che orali. Gli episodi descritti, molti dei quali drammatici, venivano sempre raccontati con un malinconico sorriso sulle labbra. Gli interventi di Giovanni Enriques, in ogni sua attività, sono parsi come spiragli di luce, barlumi di speranza.

La sua personalità, il suo essere intrinseco, fin da bambino, ha lasciato un segno ben definito nella vita che ha condotto, dalle relazioni famigliari e sociali, dalle scelte personali e collettive, ai ruoli lavorativi che ha ricoperto. La sua positività, e soprattutto la sua propensione a nuovi inizi, la sua chiarezza di esposizione, la sua perseveranza e serietà, la sua propensione all'ascolto sono sempre stati al centro del suo essere. Riconosceva il valore capitale, ma al tempo stesso aveva un grande senso della giustizia, quella sociale. Si comportava con tutti con estrema cordialità e si metteva sempre a pari dei suoi interlocutori.

Gianni Sofri, nel documentario di Luigi Monardo Faccini "Giovanni Enriques che seppe immaginare il futuro" lo ricorda così: "...occhi penetranti, mobili e di grande intelligenza, cui si accompagnava una sensazione di una persona apparentemente distratta, ma probabilmente questo era l'atteggiamento di colui che pensava a più cose contemporaneamente." <sup>2</sup>

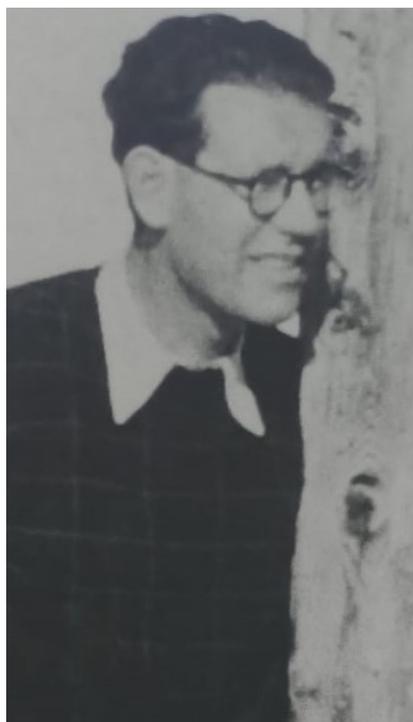
Tenterò quindi di dare un valore aggiunto alla memoria di un personaggio che lasciò il segno, non soltanto dal punto di vista culturale, aziendale e istituzionale, ma anche e soprattutto da un punto di vista morale.

Aprì il negozio Olivetti sulla Fifth Avenue di New York progettato dagli architetti Lodovico Barbiano di Belgiojoso, Enrico Peressutti ed Ernesto N. Rogers (BBPR)

<sup>2</sup> Dichiarazione di Gianni Sofri nel documentario che racconta la vita di Giovanni Enriques diretto e scritto da L. M. Faccini, *Giovanni Enriques che seppe immaginare il futuro*, 2013.

**Figura 210**  
Gino Martinoli (Anni Quaranta)  
Immagine tratta dal volume "Giovanni Enriques, dalla Olivetti alla Zanichelli", di S. Gerbi, edito da Ulrico Hoepli, Milano 2013

**Figura 211**  
Giuseppe Pero (Anni Quaranta)  
Immagine tratta dal volume "Giovanni Enriques, dalla Olivetti alla Zanichelli", di S. Gerbi, edito da Ulrico Hoepli, Milano 2013



 1958

Il 26 novembre,  
viene inaugurato  
lo showroom Olivetti  
a Venezia di Carlo Scarpa

 1958

Franco Verona entra  
a lavorare all'Aurora

Giovanni Enriques, terzogenito, dopo le sorelle Alma e Adriana, nacque a Bologna il 24 gennaio 1905 da Fedorigo e Luisa Miranda Coen (zia di Cesare Verona Senior).

Il padre, appartenente ad una famiglia ebraica benestante, trasferitasi da Tunisi in Toscana, matematico, storico della scienza e grande organizzatore culturale, fu, negli anni del suo insegnamento nell'università bolognese (1894-1922), una figura centrale di quella cultura italiana di orientamento filosofico-scientifico in sottordine rispetto all'idealismo di Croce e di Gentile.

La madre, che si definiva atea e libera pensatrice, era figlia di Achille Coen, bibliotecario dell'Ambrosiana, professore di storia all'Università degli Studi di Firenze.

Nella sua autobiografia Enriques si intrattiene a lungo sugli anni giovanili trascorsi felicemente a Bologna, nel corso dei quali incominciava a trasparire la sua attitudine a privilegiare le esperienze divite e lo studio empirico rispetto a quello severo, svolto a tavolino.

In modo altrettanto evidente emergeva anche la sua prematura curiosità per le macchine e per le tecniche, inclinazioni giovanili che in età adulta, influenzarono le sue scelte e le sue esperienze lavorative. Aveva iniziato fin dall'infanzia ad andare in montagna e l'alpinismo fu un hobby che praticò con passione e a livelli notevoli fino al 1962, quando un incidente, lo costrinse ad interrompere del tutto questa attività.

Giovanni Enriques frequentò a Bologna il liceo-ginnasio "Galvani", poi nel 1922, si trasferì a Roma seguendo il padre, chiamato alla cattedra di matematiche superiori presso la facoltà di scienze, per frequentare la terza liceale al "Tasso", dove si inserì nel nuovo ambiente, secondo un tratto caratteriale di notevole adattabilità che lo contraddistinse tutta la vita.

Terminò i suoi studi a Roma per poi iscriversi ad ingegneria. Nel corso del biennio di fisica e matematica, conobbe e frequentò quel gruppo di giovani cosiddetti "i ragazzi di via Panisperna", i quali contribuirono successivamente a dare una fama mondiale alla fisica italiana.

La profonda amicizia che strinse con Franco Rasetti, Ettore Majorana, Bruno Pontecorvo, Edoardo Amaldi e so-

prattutto con Emilio Segrè, si esprime pienamente in quegli anni di vita universitaria, ma durò poi per tutta l'esistenza, uniti dal comune amore per la montagna e dalla passione per i motori, dalle motociclette alle auto, agli aerei e alle barche.

Chiamato alle armi, prestò servizio militare, dal 1° agosto 1928, presso la compagnia alpina della Scuola allievi ufficiali di complemento di Bra in provincia di Cuneo. Congedato nel gennaio 1929, si laureò nell'ottobre in ingegneria elettrotecnica all'età di ventiquattro anni e recatosi ad Ivrea, Giovanni Enriques si rivolse ad Adriano Olivetti e a Gino Levi-Martinoli, i quali lo assunsero come apprendista nelle officine e nei montaggi, come si usava in quell'azienda aperta alle sperimentazioni tecniche e sociali.

Tre anni più tardi, su specifica designazione del presidente ingegner Camillo, fu inviato negli Stati Uniti a fare esperienza e visitò aziende meccaniche e istituzioni culturali e lavorò per qualche tempo in una fabbrica di aeroplani. Ricordando alcuni anni più tardi quel soggiorno, avrebbe affermato: "ho fatto per due volte l'operaio, prima come operaio-ingegnere, poi negli Stati Uniti proprio per guadagnare e mangiare."<sup>3</sup>

Rientrato in Italia, tornò stabilmente all'Olivetti, dove svolse numerosi incarichi, soprattutto nell'area commerciale, sino a divenire direttore dell'ufficio estero, ruolo che lo indusse a girare il mondo.

Nel 1936 sposò Emma Cosattini, figlia di un avvocato di Udine già deputato socialista e perseguitato dai fascisti. Purtroppo, la moglie morì nell'ottobre 1943 di un attacco di tifo; dall'unione nacquero: Luisa, nata nel 1938, poi mancata prematuramente nel 1940<sup>4</sup>, Lorenzo, nato nel 1939 e Federico nato nel 1941. In quel periodo nonostante le leggi razziali, essendo stato per un breve periodo in Francia, preferì rimanere ad Ivrea e per tutelarsi si procurò un falso attestato del ministero della razza che lo dichiarava ariano.

La situazione doveva evidentemente precipitare quando si costituiva all'Olivetti la commissione interna, quindi il Comitato di Liberazione Nazionale (CLN) di cui Giovanni Enriques entrò a far parte come esponente del partito liberale. Pur senza essersi precedentemente impegnato nella politi-

<sup>3</sup>G. Enriques, *Via D'Azeglio* 57, Bologna, Zanichelli, 1984.

<sup>4</sup>Gianni Sofri, nel documentario che racconta la vita di Giovanni Enriques diretto e scritto da L. M. Faccini, *Giovanni Enriques che seppe immaginare il futuro*, 2013, legge una lettera scritta da Giovanni Enriques, il quale racconta il suo stato d'animo per la perdita prematura alla sola età di due anni, della figlia Luisa e successivamente quella della moglie Emma.

ca attiva, Giovanni Enriques si era già avvicinato agli ambienti dell'antifascismo torinese dopo il 1934, quando alcuni suoi colleghi e amici erano stati arrestati dalla polizia fascista. Al tempo dell'occupazione tedesca e della repubblica di Salò, nel 1943, ad Ivrea, la situazione diventò drammatica; Adriano Olivetti si era rifugiato in Svizzera e l'azienda eporediese era affidata a Gino Martinoli, a Giuseppe Pero e ad Giovanni Enriques.

All'uscita dall'Olivetti, l'azienda gli affidò un incarico di consulenza della durata di due anni e dopo soli tre mesi dall'abbandono dell'azienda, Adriano lo chiamò a dirigere una neonata scuola di formazione per "managers", l'Ipsoa (Istituto postuniversitario per lo studio dell'organizzazione aziendale). Era stata fondata un anno prima, nel 1952 a Torino, da Valletta e Olivetti al ritorno da un convegno tenutosi a New York e promosso dal National Management Council sul tema "*Business management education in Western Europe*".

L'Istituto si proponeva di trasferire in Italia le metodologie della Harvard Business School, dando vita a corsi della durata di dieci mesi, frequentati da ottanta, novanta allievi, in genere già laureati da qualche anno e con una certa prevalenza di ingegneri, economisti, aziendalisti, non escludendo tuttavia sociologi e filosofi.

Il nucleo centrale di questa iniziativa era adottare un metodo harvardiano dei corsi di lunga durata, unitamente all'uso del "*metodo dei casi*", con la finalità di creare una personalità dotata di un'attitudine mentale adattabile e flessibile, disposta alla partecipazione intersettoriale sui problemi dell'azienda, con mentalità critica e innovativa.<sup>5</sup> Il maggior sostenitore del metodo di apprendimento harvardiano era Giovanni Enriques, pienamente sostenuto da Adriano Olivetti. I due avevano infatti una visione molto avanzata del "*management*", che avevano mutuato ad Ivrea, in una delle poche imprese multinazionali del Paese, operante in un comparto ad alta tecnologia.

Gli altri finanziatori dell'iniziativa che agivano in realtà produttive più tradizionali, non erano in grado di apprezzare la figura professionale del "*manager*" e si orientarono quindi a mutarne l'iter formativo. La durata del corso doveva essere ri-

dotta a tre mesi, il metodo dei casi tralasciato, l'apprendimento tornare ad essere rigidamente formalizzato e i corsi relativi al rapporto tra impresa e sistema sociale abbandonati. Giovanni Enriques comprese che avrebbe dovuto rivedere a fondo il modello formativo da lui delineato e preferì abbandonare l'Ipsoa e cederne la direzione ad altri. Parte dei docenti e moltissimi degli assistenti italiani, oltre a molti allievi di questo primo periodo, divennero in seguito i fondatori e i direttori delle più importanti società di consulenza aziendale, animatori di importanti iniziative formative e costituiscono oggi parte del "*top management*" più qualificato dell'industria italiana. Prima di dedicarsi a tempo pieno alla sua casa editrice, si impegnò per alcuni anni alla costituzione ed allo sviluppo del Centro studi della Confindustria.

Chiamato dall'amico Renato Lombardi, nel momento in cui subentrava alla vecchia gestione Costa, cercò di avviare a Milano un ufficio dotato di una netta impostazione scientifica, lontana dalla burocrazia romana dell'organizzazione. Durante i sei anni di permanenza, a fianco sia di Lombardi (dal 1970 al 1974) che di Gianni Agnelli (dal 1974 al 1976), si schierò discretamente a fianco dei cosiddetti "*giovani industriali*", che si erano costituiti, in polemica con la gestione conservatrice, in un gruppo che richiedeva un radicale rinnovamento della Confindustria e che si era dato come manifesto il noto "*documento Pirelli*", un documento destinato a modernizzare la Confindustria.

Nei suoi ultimi anni, per sopraggiunti problemi di salute, Giovanni Enriques visse appartato a Milano dove si era trasferito dopo il secondo matrimonio, avvenuto nel 1956, con Jose Bozzi, vedova dell'architetto e ingegnere Roberto Biscaretti. Morì il 21 maggio 1990.

<sup>5</sup>G. Enriques, *La scuola dei dirigenti*, «Il Mondo», 22 novembre 1952, pp. 1-2.

1961 

A febbraio,  
esce l'ultimo  
bollettino Aurora

1961 

Enriques decise di cedere  
la sua quota di controllo  
dell'Aurora  
a Franco Verona



1963

Albe Steiner disegna  
Aurora 98

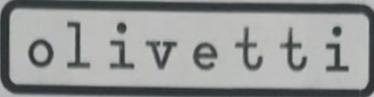


1963

Marco Zanuso lavora al  
Programma 101  
per l'Olivetti

<sup>6</sup> G. Enriques scrive della sua promozione in una lettera del 1 settembre 1936 scritta a Milano e destinata all'amico Malagodi.

**Figura 212**  
Manifesto Olivetti  
(7 maggio 1945)  
Immagine tratta dal  
volume  
"Giovanni Enriques, dalla  
Olivetti alla Zanichelli",  
di S. Gerbi, edito da Ulrico  
Hoepfl, Milano 2013



**Lavoratori della Olivetti!**

Dopo giornate di lotta, di ansie, di speranze, di dolori e di gioia voi rientrate stamane al lavoro. Rientrate al lavoro come uomini liberi in un'atmosfera purificata dagli incubi e dagli orrori, mercè il vostro slancio e per il valore delle Formazioni partigiane.

Coloro che dirigono il vostro lavoro e sulle cui spalle in questi ultimi mesi sono gravate responsabilità immense e non scevre di pericoli, sono pure tra voi, con voi e per voi.

Vada il nostro primo pensiero a chi non è più.

A **Camillo Olivetti** - fondatore - socialista per convinzione e per quotidiana fatica, spentosi in un esilio che suona ancora vergogna per chi lo volle.

Al nostro compagno di lavoro e di montagna, **Guglielmo Jervis**, fucilato dalle SS tedesche il 6 agosto 1944, dopo mesi di torture e segregazione. A **Luigi Gallo**, laureando ingegnere, che subì la stessa sorte, lontano dalla sua Napoli. A **Martinis, Orla, Pignocco, Alamanno, Giordano, Casale, Perico, Gianotti, Pistono, Vesco, Guarnotta, Ricca, Zanetto** e **Scavarda** che come Jervis e Gallo lasciarono la loro vita nella lotta per la liberazione.

Voi ritrovate gli Stabilimenti intatti e in piena efficienza, nessuno di voi è stato deportato in Germania: noi siamo orgogliosi di questo risultato a cui abbiamo lavorato con tutte le migliori energie. È in noi la volontà di seguire in un mondo rinnovato quella più che ventennale tradizione tecnica e sociale che ha reso la nostra Industria nota in tutto il mondo.

E' con il vostro aiuto, in un'atmosfera serena e di libera discussione che potremo riprendere il cammino. La strada che dobbiamo percorrere è lunga e dura, mettiamoci in via subito e con energia.

Non saremo più soli. Rientra chi fu ingiustamente allontanato: con gioia salutiamo il ritorno dell'Ing. Adriano Olivetti, del fratello Dott. Massimo e dell'Avv. Arrigo che sappiamo coscienti continuatori della politica di giustizia sociale voluta dal Padre.

**Dott. GIUSEPPE PERO**  
*Direttore Generale*

**Ing. GINO MARTINOLI**  
*Direttore Tecnico*

**Ing. GIOVANNI ENRIQUES**  
*Direttore*

Ivrea 7 Maggio 1945

# 4.2

## Dall'Olivetti all'Aurora e successiva entrata in Zanichelli

Dal 2 febbraio 1930 Giovanni Enriques fu assunto nella fabbrica di macchine da scrivere di Ivrea a partire dai livelli più bassi e già nell'autunno del 1930 passò allo studio di particolari test riguardanti il montaggio della nuova M40; nel maggio 1931 Giovanni Enriques chiese un periodo di aspettativa e fino al luglio 1932, compì un viaggio di studio e di lavoro negli Stati Uniti, durante il quale visitò fabbriche, università e biblioteche e si impiegò per alcuni mesi alla Bellanca Aircraft Corporation. Ritornato in Italia, accettò l'offerta dell'Olivetti di entrare nell'Ufficio organizzazione, appena aperto a Milano al fine di costituire i nuovi quadri amministrativi e commerciali dell'azienda.

In un periodo in cui l'industria meccanica italiana, da livelli ancora quasi artigianali, andava evolvendo verso un modello più progredito e razionale, Giovanni Enriques si trovò dunque impegnato all'Olivetti al fianco di Adriano, che proprio allora stava assumendo la responsabilità organizzativa della sua impresa, fra quei laureati, destinati a formare la nuova dirigenza in base alle loro capacità e tendenze, secondo un progetto all'epoca quanto mai avanzato, che prevedeva organismi decentrati e direzione per funzioni. In questo quadro, nel 1936, fu chiamato a dirigere l'Ufficio esportazioni. <sup>6</sup>

Con la fine delle sanzioni e la svalutazione della lira, l'Olivetti era in grado di cogliere al meglio tutte le possibilità offerte dalla politica e dalle alleanze del regime fascista. Ai tradizionali mercati sudamericani si aggiungevano quelli dell'Europa centrale e balcanica e della stessa Germania, le cui fabbriche

erano state in gran parte riconvertite alla produzione bellica.

Alla fine degli anni Trenta l'Italia era al terzo posto in Europa fra i paesi esportatori di macchine da scrivere; le esportazioni si avvicinavano a coprire un terzo del fatturato Olivetti e rivestivano un ruolo centrale nella strategia dell'azienda.

A seguito dell'emanazione delle leggi razziali nel 1938, fortunatamente la sua carriera non ne risentì; la presenza di personale ebraico all'Olivetti era notevole e si ricorse all'escomotage di trasferire per breve tempo all'estero i dipendenti ebrei per evitare di ottemperare alla prescritta denuncia di razza. Giovanni Enriques passò un certo periodo a Parigi, dove nel 1939, costituì una consociata per l'importazione e vendita, la SAMPO-Olivetti. In piena guerra l'azienda poté espandersi anche sui mercati dell'Europa occupata dai nazisti, cosicché nel 1942 vennero esportate oltre 14.000 macchine da scrivere.

Come descritto precedentemente, Adriano Olivetti si era rifugiato in Svizzera e l'azienda venne affidata a Gino Martinoli, a Giuseppe Pero ed a Giovanni Enriques. Martinoli noterà molti anni dopo come proprio allora, in una situazione estrema, si realizzasse il sogno olivettiano di una fabbrica che fosse al centro della vita, associata ad un territorio. In quel periodo infatti, l'Olivetti curava l'approvvigionamento dei viveri per la popolazione con i suoi autocarri, che trasportavano macchine da scrivere all'andata e derrate al ritorno.

Nel gennaio 1945, i tedeschi, nella imminenza della loro ritirata, decisero di minare la fabbrica. Martinoli ricorda che Enriques prese in disparte uno dei tre ufficiali venuti ad eseguire l'operazione e gli chiese a bruciapelo: "Quanto per non farla saltare?" L'ufficiale fortunatamente accettò l'offerta di ricevere l'equivalente in denaro del valore di un rilevante numero di macchine da scrivere ed il posto di direttore della filiale argentina dell'Olivetti al termine del conflitto, che ormai sembrava anche a lui in procinto di concludersi con la sconfitta tedesca. Si venne poi a sapere, qualche tempo dopo, che l'ufficiale era stato scoperto e fucilato, ma la fabbrica non era stata fatta saltare, anche se la minaccia di una sua distruzione si era prolungata nel tempo. Riuscendo a man-

tenere un delicato e sempre precario equilibrio, nel triennio 1943-1945 questo triunvirato riuscì a preservare la fabbrica, tenendo unita la compagine aziendale e contemporaneamente fornendo aiuto ai propri dipendenti, collaborando anche con la Resistenza.

Finita la guerra, gli Olivetti ritornarono dall'esilio svizzero ed Adriano riprese le redini dell'azienda. Nel maggio del '45, probabilmente per riprendere saldamente in mano la gestione aziendale, Adriano procedette ad un drastico rinnovo della dirigenza e Giovanni Enriques venne trasferito alla filiale di Roma, luogo dove risiedeva, in quel periodo, anche la sua famiglia; questo accantonamento fu comunque di brevissima durata; nel 1946, quando l'Olivetti riprese l'iniziativa sui mercati esteri, Giovanni Enriques ricominciò a viaggiare, ricoprendo, ben presto, il ruolo di direttore commerciale.

Si aprì un periodo di intensa attività: mercato interno ed estero si compensavano vicendevolmente e la contrazione di vendite in Italia fu fronteggiata con l'esportazione verso il Sudamerica. All'estero venne ampliata la rete di distribuzione e furono creati autonomi organismi di vendita, assistenza tecnica e montaggio. Fu una fase di continui viaggi per Giovanni Enriques: nel 1946 fu in Inghilterra, poi in Sudamerica, India, Sudafrica e USA.

Nel '47 era stata costituita a Londra la "British Olivetti Ltd." ed avviata a Glasgow la costruzione di uno stabilimento. Nel '49 avevano preso corpo l'"Olivetti Mexicana S.a.", l'"Olivetti Africa Ltd.", l'"Austro Olivetti Buromaschinen A.g." e, nell'anno successivo, la già ricordata "Olivetti Corporation of America" che portava la concorrenza italiana nella patria delle macchine da scrivere, dove operavano le famose macchine Remington e Underwood.

Nel 1952 più di metà dell'intera produzione veniva esportata e Giovanni Enriques riuscì a battere la Remington sul mercato brasiliano, ottenendo una commessa di 12.000 macchine da scrivere francovaluta; in cambio dovette impegnarsi con il governo di quel Paese, e, senza avere precedentemente consultato Adriano Olivetti, ad installare in loco uno stabilimento di montaggio. Da Ivrea arrivò una secca sconfessione che spinse Giovanni Enriques a presentare le dimissioni, accettate a partire dal gennaio 1953.

1965 

Viene lanciata la linea economica "Auretta" progettata da Albe Steiner

Caricamento a cartuccia, prodotto di grandissimo successo soprattutto tra gli studenti

<sup>7</sup> Testimonianza di Gino Martinoli relativa all'episodio datato a ottobre-novembre del 1944 che vede Giovanni Enriques persipace, coraggioso e persuasivo. Intervista rilasciata a Silvia Giacomoni, *Le mie vite fra Olivetti e Natalia*, «La Repubblica», 16 settembre 1996.

 1969

Pubblicità macchina per scrivere  
"Valentine" disegnata da  
Milton Glaser

 1970

Marco Zanuso  
e ufficio stile Aurora disegnano la "Hastil"

Oggi esposta  
al MOMA di NY

In realtà, dalla documentazione consultata, è emerso che la divergenza di opinioni fra Giovanni Enriques e Adriano Olivetti, aveva motivazioni più profonde, concernenti la strategia globale dell'azienda: nel corso del '52 l'Olivetti si era trovata a dover affrontare una recessione dell'economia internazionale, e, nel contempo, i problemi indotti dall'incipiente mutamento della produzione da meccanica in elettromeccanica e dell'azienda da nazionale in multinazionale. In queste circostanze Olivetti intendeva attuare una politica di rilancio, cercando di forzare il mercato, politica osteggiata da Giovanni Enriques che riteneva si agisse, senza alcuna garanzia di continuità.

Nel dopoguerra, essa aveva posto sul mercato alcuni prodotti particolarmente centrati, nei quali innovazioni tecnologiche avanzate si collegavano ad un design estremamente curato. Le nuove produzioni avevano portato all'ampliamento dello stabilimento di Ivrea e alla costruzione di due nuovi complessi a Torino ed Apuania in provincia di Massa e Carrara, facendo sì che i dipendenti passassero da 4.000 nel '45 a 6.200 nel '52. In quegli ultimi tre anni la produzione di macchine da ufficio era aumentata di 13.000 unità (più dell'intera produzione del 1930), quella di macchine portatili da 30.000 a 65.000 e quella di macchine da calcolo da 12.000 a 45.000, esportate, queste ultime, per il 54%. Un tale volume di prodotti trovava sbocco sui mercati esteri, grazie anche alla capillare rete commerciale creata dalla società di Ivrea nel passato e rinvigorita negli anni dell'immediato dopoguerra, per merito anche dell'impegno profuso da Giovanni Enriques. Nel 1952, ai noti modelli si avviaron le prime iniziative nel campo dell'elettronica. Si aprirono inoltre due nuove consociate estere, l'"Olivetti Industrial S.a." a S. Paolo del Brasile e l'"Olivetti Australia Ltd." a Sydney. Purtroppo, nel corso dell'anno si accusò una forte caduta delle vendite e proprio sulla strategia che occorreva seguire per il superamento della crisi si creò una frattura tra le opinioni di Adriano Olivetti e quelle di Giovanni Enriques.

Nel maggio 1948, accettò la nomina di amministratore delegato presso l'Aurora e svolse tale mandato per circa tredici anni, fino al 1961. Nel 1953 assunse la carica di presidente

della società torinese, subentrando all'avvocato Giuseppe Giordano e vi operò fino al 1981, per ben ventotto anni. Come anticipato, la società, già di proprietà dello zio, era stata a lungo diretta, in periodo anteguerra, da Rodolfo De Benedetti, a sua volta imparentato con la sorella di Giovanni Enriques, Adriana. Negli anni della sua direzione Giovanni Enriques la riorganizzò e la rilanciò, puntando soprattutto, per sollecitare il mercato, sull'industrial design, secondo un indirizzo che gli veniva dalla tradizione olivettiana.

Nel 1957, Franco Verona, fresco di una laurea in ingegneria ottenuta a Buenos Aires, era arrivato in Italia, con una quarantina di connazionali; la sua idea, come quella dei colleghi, era quella di visitare alcune aziende nei principali paesi europei per poi tornare in Argentina e inserirsi nel locale mondo del lavoro. Compiuta questa esperienza in Italia (alla Fiat e all'Olivetti), Verona ritenne potesse esser utile frequentare a Torino i corsi dell'Ipsos per l'anno accademico 1957-1958. Giovanni Enriques non faceva più parte dell'Istituto, ma la sua impronta perdurava. Franco Verona non parlava molto bene l'italiano, avendo lasciato il paese con la famiglia a soli otto anni a causa delle leggi razziali ed era a digiuno di pratica aziendale a differenza dei suoi compagni di studio. Preso il diploma, pensava di rientrare in patria; suo padre era in quegli anni il direttore generale della Remington a Buenos Aires, mentre il nonno Cesare, come già anticipato nel capitolo dedicato alla Famiglia Verona, aveva rappresentato la stessa ditta in Italia prima dell'esilio forzato.

All'epoca i diplomati dell'Ipsos erano molto richiesti e anche Franco Verona ebbe parecchie offerte interessanti tra cui quella dell'Olivetti, dove vide brevemente anche Adriano. Gli fu suggerito di incontrare anche Giovanni Enriques che stava cercando qualche elemento valido per la Parabola d'Oro. Il colloquio fu molto disteso perché Giovanni rivelò tempestivamente a Franco di aver conosciuto bene, prima della guerra, suo nonno Cesare. In quel periodo, coloro che si occupavano di macchine per scrivere in Italia, si riunivano periodicamente per discutere i problemi del settore. In una di queste occasioni, ad Ivrea, mentre tutti i convenuti erano in pausa pranzo, Cesare Verona si era inve-

ce dato da fare riuscendo a piazzare in città una delle sue macchine Remington proprio nel territorio olivettiano. Giovanni Enriques in quell'occasione non gli parlò della Parabola d'Oro, ma gli propose di andare a lavorare con lui all'Aurora e colto di sorpresa chiese del tempo per decidere. L'occasione era molto stimolante, ma da un lato sapeva che avrebbe dato del dispiacere ai suoi parenti se fosse rimasto in Italia; mostrò la generosa proposta dell'Olivetti e chiese quindi ad Enriques uno stipendio superiore il quale accettò con la seguente battuta: «*Se lei vale anche solo la metà di suo nonno assumendola io farò un grosso affare!*».

Raggiunto l'accordo, Verona fu assunto con l'incarico di responsabile delle vendite all'estero e per tre anni si fece esperienza nei vari settori dell'Aurora al fianco del vero perno dell'azienda, il direttore generale Aldo Torchi, purtroppo prematuramente scomparso. L'azienda era di fatto assegnata al direttore generale e Giovanni Enriques si recava a Torino circa una volta al mese per poter organizzare delle riunioni e informarsi sull'andamento dell'azienda alle quali partecipava anche Franco Verona. Nel 1961 Giovanni Enriques decise di cedergli la sua quota di controllo dell'Aurora fu così che in una località di villeggiatura dove Enriques si trovava in vacanza, Verona acquistò il 70% delle sue azioni.

Cesare Verona Junior si laurea nel 1985 e in quell'occasione, i collaboratori di suo padre gli regalano una ventina di modelli di penne storiche; quel regalo sarà il primo nucleo della collezione Aurora, oggi costituita da 4000 penne. Nello stesso anno Giovanni Enriques decide di lasciare l'azienda e nel giugno 1981, l'ormai settantaseienne, lasciò la presidenza a Franco Verona, rimanendo inizialmente vicepresidente, poi solo consigliere. Nel Marzo 1985, vi fu l'abbandono definitivo e la contemporanea cooptazione nel consiglio, Lorenzo Enriques in rappresentanza della famiglia che aveva conservato una quota di minoranza di circa il 30%, in piena amicizia con la famiglia Verona, cedette a quest'ultima la loro quota residua nella storica fabbrica di penne.

Giovanni Enriques cedette la sua partecipazione nell'Aurora all'inizio degli anni Sessanta, quando decise di orientarsi in maniera definitiva sull'altro settore in cui aveva proprietà e interessi,

la casa editrice Zanichelli. Enriques portò alla Zanichelli uno spirito manageriale moderno, come aveva già fatto per altro all'Aurora. Non era nato editore, ma le sue varie esperienze lo aiutarono a diventarlo. Ne fecero, anzi, un editore abbastanza inconsueto, attento sia agli aspetti culturali, sia a quelli tecnici, amministrativi e commerciali. Il rapporto di Giovanni Enriques con la Zanichelli che divenne il fulcro della sua attività lavorativa, si costituì in

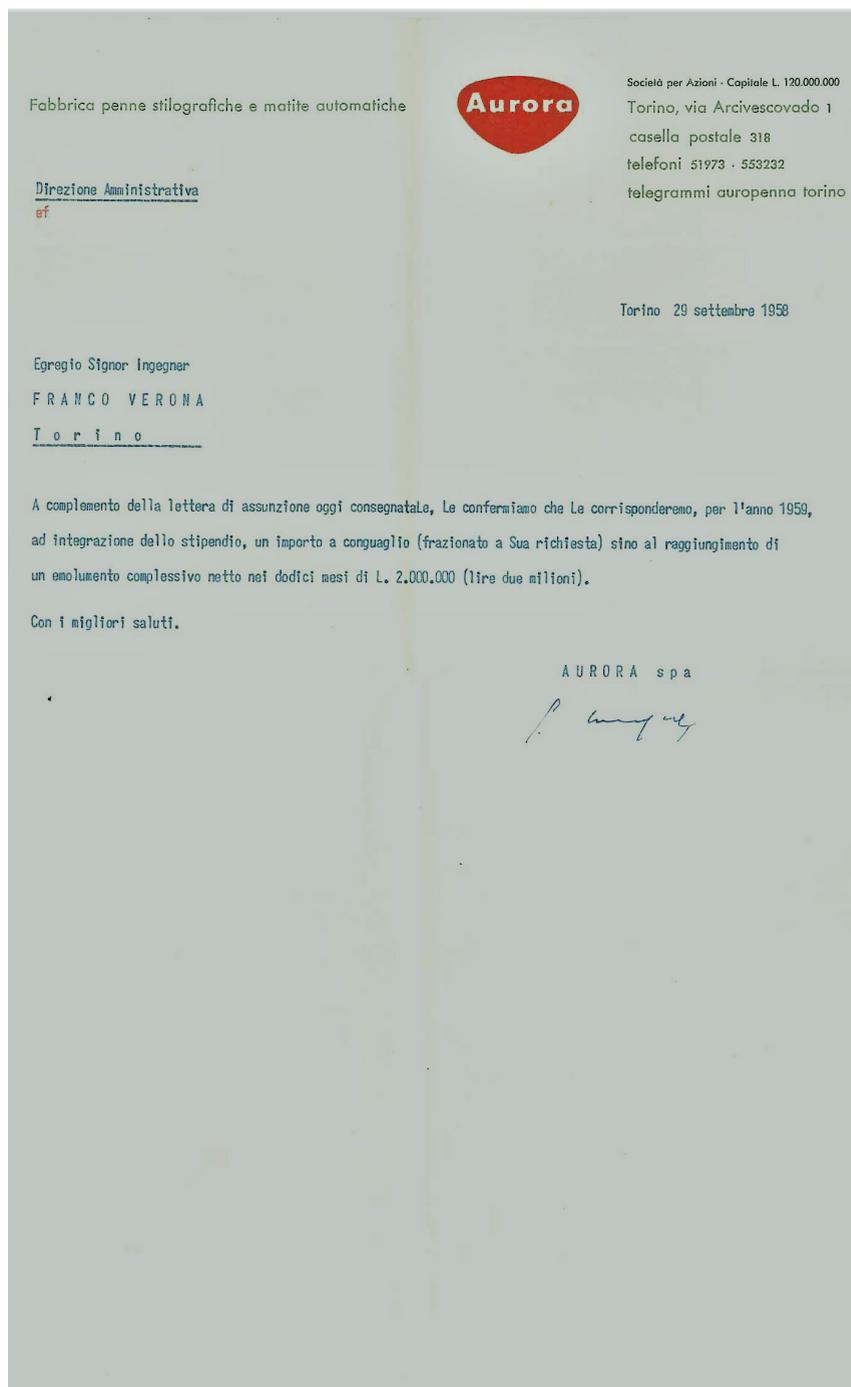


1970

Restyling Logo Olivetti  
di Walter Ballmer

**Figura 213**  
Franco Verona al  
Centenario Aurora  
(2019)  
Archivio fotografico Aurora

**Figura 214**  
Completamento lettera di  
assunzione su carta inte-  
stata "Aurora" destinata a  
Franco Verona e firmata da  
Giovanni Enriques  
(29 settembre 1958)  
Archivio storico Aurora



tempi lunghi, ma aveva radici ben lontane. La casa editrice bolognese aveva costantemente fatto parte dell'ambiente familiare di Giovanni Enriques, quando nel 1906, un anno dopo la sua nascita, suo padre, Federigo Enriques che proprio allora aveva pubblicato da Zanichelli i suoi "Problemi della scienza", figura con cinquanta azioni fra i fondatori della Società anonima Nicola Zanichelli. Fu proprio lui a determinare, fin dai primi del Novecento, i parametri culturali e l'impronta "genetica" che la Zanichelli mantenne, e che, in certo modo, la qualificano e la caratterizzano ancor oggi. Venne affiancata alla tradizionale produzione letteraria e umanistica anche una rilevante produzione scientifica, in contatto con i maggiori centri internazionali e vennero orientati gli approdi divulgativi a livello universitario e scolastico.

Nel 1930, in un momento di pesante crisi per la casa editrice il padre fu sicuramente fra i protagonisti dell'operazione che portò al salvataggio della società, con il passaggio della proprietà al cognato, Isaia Levi.

Giovanni Enriques fu eletto consigliere d'amministrazione della Zanichelli nell'ottobre 1946 e alla morte del padre, nel 1948, divenne presidente, dopo una sistemazione degli interessi successori dello zio Isaia Levi, deceduto nel marzo 1949. Giovanni Enriques non si inserì attivamente nella gestione della società neppure dopo l'uscita dall'Olivetti; ciò fu almeno in parte dovuto alla sua volontà di non intervenire traumaticamente su una situazione interna che si era affermata e consolidata, fin dal riassetto societario del 1930, quando fu chiamato come direttore generale Ezio Della Monica, capace tecnico del settore più che un direttore editoriale puro che diresse la Zanichelli fino al 1963. Egli modernizzò le strutture organizzative della società, istituendo un moderno ufficio vendite, potenziò il settore scolastico, pur senza trascurare la produzione scientifica, stabilì contatti commerciali più intensi con il mondo della scuola; ridefinì il catalogo abbandonando le pubblicazioni occasionali. Negli ultimi anni di guerra, fra il '43 e il '45, Della Monica aveva retto e tutelato la società, rimanendo come capo dell'impresa. Fu verso la metà degli anni Sessanta che Giovanni Enriques



**Figura 215**  
Laurea di  
Federico Enriques,  
secondogenito di Giovanni,  
attuale presidente della  
Zanichelli  
(Febbraio 1965)  
Immagine tratta dal  
volume  
“Giovanni Enriques, dalla  
Olivetti alla Zanichelli”,  
di S. Gerbi, edito da Ulrico  
Hoeppli, Milano 2013

*«Carissimo Lolli, come ti dissi recentemente i miei interessi si stanno concentrando sulla Zanichelli, mentre già da tempo ho ceduto parte delle azioni Aurora. Attualmente sono interessato solo per un 35% mentre altre due quote sono nelle mani dell'ingegner Franco Verona (nipote del grande Verona agente della Remington), ottimo da ogni punto di vista e dell'avvocato Pierluigi Olivetti, figlio del fu on. Olivetti. Posso dire che l'Aurora non va né male né bene. Chiude ogni anno con un leggero utile, ma noi pensiamo che per fare un passo avanti dovremmo legarci ad una casa americana. L'Aurora ha un capitale sociale di 160 milioni e fattura all'anno circa 900 milioni, con una forza lavorativa di impiegati e operai di circa 160 individui. Siamo stati primi nel 1950 a produrre le cartucce di plastica con macchine elettroniche e completamente automatiche. La nostra produzione è tutta di qualità.»<sup>8</sup>*

<sup>8</sup> Lettera del 26 agosto 1965, scritta da Giovanni Enriques e destinata ad Ettore Lolli, allora vice direttore generale della Banca Nazionale del Lavoro. (Archivio storico Zanichelli, faldone «Giovanni Enriques» 1965).

<sup>9</sup> Intervista di Miro Dogliotti sull'Editoriale AZ Panorama. Documentario su Giovanni Enriques diretto e scritto da L. M. Faccini, *Giovanni Enriques che seppe immaginare il futuro*, 2013.



**Figura 216**

Vetrina della libreria  
Zanichelli - Romagna  
(Giovanni Ballotta)  
(1966 ca.)

FF 619-2044

Fototecnica Bolognese  
(1962-1991)

Immagine tratta da <https://collezioni.genusbononiae.it/img/prodotti/dettaglio/5ebd7a43-f5e0-4aef-859a-4d35ac120003.jpg>

**Figura 217**

Interno della libreria  
Zanichelli, Bologna  
(1958-1959)

N. inv. FF 1678-002

Fototecnica Artigiana

Immagine tratta da <https://collezioni.genusbononiae.it/img/prodotti/dettaglio/5c681e8f-893c-4948-8841-013bac12000c.jpg>

si adoperò nuovamente allo svecchiamento e alla riorganizzazione delle strutture secondo un approccio ancora poco comune nell'editoria italiana, che lui definiva: *“il lavoro culturale... un lavoro come un altro anche se con sue peculiarità che andavano riconosciute e rispettate”*.<sup>9</sup> Procedette ad un iniziale rinnovamento dei quadri, affidando la direzione editoriale ad un ex docente dell'IPSOA, Delfino Insolera; il suo ruolo fu ricoperto dal 1960 al 1970. Giovanni Enriques impegnò notevoli investimenti nell'informatizzazione della gestione aziendale e nell'automazione dei magazzini, strumenti di prima necessità, soprattutto per l'editoria scolastica, onde garantire il rapido approntamento e la distribuzione di grandi quantità di libri in tempo utile e con breve preavviso. Particolare peso acquistarono nell'ambito del catalogo editoriale, la linguistica e le opere di consultazione, enciclopedie e dizionari come lo Zingarelli i cui diritti, acquisiti dalla Bietti fin dal 1941, divennero della Zanichelli. In tal modo Giovanni Enriques riuscì a consolidare ed espandere la sua casa editrice in un periodo in cui le linee di tendenza del mercato editoriale portavano alla concentrazione nelle mani dei grandi imprenditori.



# 4.3

## Editoriale Aurora Zanichelli

Temporeggiando in merito alla sua posizione in Zanichelli e presagendo forse una vicina uscita dall'Olivetti, Enriques nel 1951, dava vita a una nuova casa editrice: l'Editoriale Aurora Zanichelli. Di seguito, come descriverà Gianni Sofri, che lavorò in essa per alcuni anni: "era più una redazione che una casa editrice vera e propria".<sup>10</sup>

Nel Maggio 1951, Eugenio Fubini in rappresentanza dell'Aurora e Giovanni Enriques per la Zanichelli, costituirono, con sede in Via Arcivescovado, 1 a Torino, l'Editoriale Aurora Zanichelli Spa, con un capitale di quattro milioni di lire, di cui tre di competenza Aurora e uno della Zanichelli.

Il 25 aprile 1952 il comitato editoriale composto da Giovanni Enriques, Ginestra Amaldi, Franco Antonicelli, Carlo Caviglià, Adriana Enriques, Piero Gadda, Geno Pampaloni, Giovanni Vassallo, Jose Biscaretti, Franco Fini, Angelo Perotti-Nigra e Aldo Torchi si riunì per mettere a punto il progetto e il piano dell'opera della "Collezione Enciclopedica AZ". Si svilupperanno due distinti progetti editoriali: gli Annuari e le Enciclopedie monografiche. Vennero stabiliti dei punti ben precisi in quanto ciascun volume fu affidato ad una persona responsabile assistita da due altre persone per la ricerca di materiale, in specie grafico; ciascun gruppo ebbe un coordinatore che agì in veste di consulente e i singoli responsabili tennero contatti con la redazione. La collezione non fu numerata e l'Annuario AZ divenne il naturale veicolo pubblicitario della collezione. Il target di riferimento erano ragazzi dai dodici ai sedici anni e rispettive famiglie. Miro Dogliotti, che poi andò alla Zanichelli, ancora studente al primo anno di università, fu convocato da Giovanni Enriques per collaborare con lui.

Partita con il preparare un'agenda scolastica contenente testi divulgativi ed illustrazioni colorate, l'Annuario, si occupò poi



<sup>10</sup> Dichiarazione di Gianni Sofri sull'Editoriale AZ Panorama. Documentario su Giovanni Enriques diretto e scritto da L. M. Faccini, *Giovanni Enriques che seppe immaginare il futuro*, 2013.

**Figura 218**  
Collana Enciclopedica  
AZ Panorama  
(1954-1957)  
Immagine realizzata da  
Mara Micieli durante  
la consultazione  
all'Archivio storico Aurora



**Figura 219**  
Logo Enciclopedia  
AZ Panorama  
su frontespizio  
(1952)  
Immagine realizzata da  
Mara Micieli durante  
la consultazione  
all'Archivio storico Aurora

Figure 220, 221, 222 e 223  
Lettera scritta  
da Giovanni Enriques  
e indirizzata  
a Geno Pampaloni  
(16 dicembre 1952)  
Fondo Raccolta  
Documentale Giovanni  
Maggia.  
Fascicolo 492  
Associazione archivio  
storico Olivetti

Ing. O. Olivetti & C., S.p.A. - Ivrea

Ivrea, 16 Dicembre 1952

Caro Pampaloni,

Rispondo con ritardo alla tua lettera del 6 dicembre confermandoti quanto ebbi a dirti sabato e domenica: che sono sostanzialmente d'accordo su tutto quanto tu dici.

I miei dubbi - assolutamente autogeni circa cosa avverrà quando dovremo cambiare macchinista - sono stati sorpassati dalla struttura che vogliamo dare ad A.Z.

Confermo quindi qui appresso gli accordi:

Diario A-Z Sono sulla via di persuadere mia sorella Adriana a continuare la sua opera di redattrice-capo, con le seguenti clausole:

- 1° verrà preparato insieme un indice a cui ci atterremo con un certo rigore.
- 2° Rimane a me, con la tua consulenza, un diritto di "imprimatur" da esercitarsi alla fine, ma sempre in tempo utile, chiedendo modifiche od altro.
- 3° Tutti noi, a titolo personale, collaboreremo alla redazione di "mesi" od altro, ma lasceremo che Adriana si organizzi la redazione come meglio crede o vuole. Bonfante fratello e Santià però saranno a sua disposizione per la parte grafica, mentre Fini curerà sempre la parte commerciale e amministrativa.

A-Z Panorama Rimane così disponibile Vassallo e sono lieto che tu ne apprezzi l'opera e collaborazione. Quando avrò occasione di vederlo gli proporrò di essere uno dei 3 Redattori continui per uno dei 3 Gruppi che tu stesso vorrai definire.

Cavaglià rimarrà come Segretario addetto alla persona del Capo-Redattore.

In conclusione, l'organizzazione sarà data dal seguente quadro:

Ing. O. Olivetti & C., S.p.A. - Ivrea

2

Presidenza A-Z

Ing. Enriques

Direzione Collezione Panorama:

Ing. Enriques - Prof. Pampaloni

Capo-Redattore:

Prof. Pampaloni

Redattori Gruppi Fissi:

Vassallo X Y

Redattori Responsabili dei volumi:

Confermeremo quelli già scelti con appropriate lettere che puoi cominciare a preparare e che io firmerò.

Per quanto riguarda uno dei due primi volumi che devono uscire e precisamente: "L'Uomo e la Tecnica" (questo sarebbe un titolo che ti proponiamo), credo che con me, Torchi e Daverio siamo in grado di servirti, ben inteso facendo ricorso ad altre collaborazioni temporanee.

Per l'Indian Paper utilizzeremo molto dei disegni di A-Z 52 - 53, in altro formato e senza colori, cosicché ci consideriamo avanti anche da quel lato lì (schemi dei motori, ecc.).

A giorni ti porteremo l'indice. Prendi tu invece in mano la questione "geografia" e "viaggi" e parlamene poiché ho diverse idee. Inoltre imposta e procedi col massimo numero di volumi.

Sabato parlerò con la sorella di Luciana, nel pomeriggio a casa mia; ore 5; se vuoi esserci anche tu, benissimo, mi farai un gran piacere.

Procedi quindi con la velocità con cui avevi cominciato, con tutta tranquillità, anche per quanto riguarda la necessità che tu prima dell'estate abbandoni il posto di Capo-Redattore per mantenere quello di Condirettore.

Cerca di mantenere buoni contatti con Bologna, poiché ne avremo bisogno per la stampa. Cerca di persuadere Adriana a procedere nel libro "giochi e passatempo".

Dimenticavo di dirti che ho avuto un cordialissimo colloquio con Antonicelli e anche lì andremo a posto.

(x) concluso prima bozza →

./.

Ho diverse critiche di dettaglio agli esempi di "Grandi vite" e "Nebulose", ma te ne farò partecipe verbalmente nella mia veste di possibile lettore.

E' sommamente urgente che con Fini prepariate un preventivo per la stampa dei due primi volumi definendo formato, rilegature, spese, ecc.

Sarei propenso all'assunzione di Bonfante fratello; servirà sempre per l'intero gruppo Aurora - A-Z - Zanichelli. Tasta tu il terreno e fammi conoscere qualcosa.

Per quanto riguarda il piano generale, numero dei volumi che usciranno, non ci comprometteremo mai: possono variare da un minimo di 2 all'anno ad un massimo di 5 e questo darà ancor maggior valore alla tesi che ciascun volume è a sè stante. Ho parlato con Insolera, la storia del "cubo" lo persuade; non so se riuscirà a fare un esempio.

Sono molto più ottimista di due mesi fa su Panorama AZ.

Tutto quello che devi chiedere che riguardi il tuo comfort, chiedilo. Fini andando a Bologna la questione della stanza è sistemata. Rimane libero anche il posto di H. di Milano.

Sistemeremo anche la questione della tua posizione (emolumenti), ma dammi il tempo, chè mi mancano i minuti; tra l'altro ho dovuto dettare giù un po' in furia la relazione per il Congresso di Metodologia, oramai promessa.

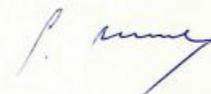
In conclusione hai piena approvazione mia per quanto hai fatto e piena fiducia per il futuro, anche se sarà breve. Ho parlato con Bigiaretti brevemente, ma mi riservo la prossima settimana di avere un colloquio più a lungo. Su questo punto, però, vorrei avere un'autorizzazione dell'Ing. Adriano.

L'anno 1953 sarà decisivo per Panorama AZ. Dobbiamo non avere furia e non uscire con alcun volume che soddisfi completamente ai requisiti che ci siamo proposti:

./.

- Panorama completo,
- Originalità in ogni pagina,
- Sussidiario valido e originale nell'Indian Paper.

Con i più cari saluti.



Egregio Prof. Geno Pampaloni

T o r i n o





1981

Giovanni Enriques  
cede il suo titolo di  
presidente dell'Aurora  
a Franco Verona

di compilare e pubblicare un'enciclopedia monografica, detta AZ Panorama; si trattava di una serie di volumi, dedicati ciascuno ad una materia, contenenti saggi di ampio respiro e di alta divulgazione e parti più informative per la consultazione. Ideatore dell'opera era stato lo stesso Giovanni Enriques, con la collaborazione di Geno Pampaloni che aveva conosciuto all'Olivetti, ed aiutato, nella realizzazione pratica, da Edgardo Macorini. Nei programmi iniziali dell'Editoriale era anche prevista la progettazione e diffusione di giocattoli scientifici, settore però che non venne mai attivato.

L'Editoriale ebbe vita per circa dieci anni. Il primo consiglio d'amministrazione era composto da Giovanni Enriques come presidente, Ezio della Monica (direttore generale della Zanichelli) e Ugo De Benedetti (marito di Adriana Enriques). Nel 1954 venivano confermati i primi due membri, mentre al posto di De Benedetti entrava l'altra sorella di Giovanni, Alma Enriques Ghiron, che tre anni dopo assunse la carica di presidente. Il 15 gennaio 1960, Alma dava le dimissioni e il consiglio chiamava a sostituirla come presidente Riccardo Bonafede, responsabile dell'Ufficio tecnico Zanichelli. Un mese dopo, il 13 Febbraio 1960, l'assemblea straordinaria dei soci deliberava la messa in liquidazione della società che di fatto sarà conclusa tre anni dopo. La piccola casa editrice torinese fu posta in liquidazione nel 1960 poiché aveva accumulato delle perdite. Il suo prodotto editoriale era di ottima qualità ma, essendo il mercato troppo ristretto, si era rivelato antieconomico. Alcune persone, che erano state coinvolte nell'iniziativa, tra cui Delfino Insolera, Miro Dogliotti e Gianni Sofri, si trasferirono alla Zanichelli di Bologna, della quale Giovanni Enriques divenne di lì a poco azionista di maggioranza e presidente.

Gli "Annuari AZ" erano agende scolastiche dal formato tendente al quadrotto (15 x 19 cm circa). La legatura era in piena tela a colori sobri, la grafica scattante e moderna con presenza di frequenti fotografie. Le schede erano rigorosamente a blocchetto senza accapo o righini monchi e la struttura era tripartita. La prima sezione era ricca di notizie di carattere generale come cultura varia, calendari, tabelle, astronomia, storia dell'umanità, dati geografici, curiosità

e statistiche, ordinamenti politico sociali, Premi Nobel, centenari, ecc.. La seconda sezione comprendeva il diario vero e proprio con ulteriori pillole sugli argomenti più vari come viaggi, fisica, stranezze della natura, Olimpiadi, vacanze, arte, ecc.. La terza ed ultima sezione era invece dedicata a sport e giochi, ma anche a fotografia o aeromodellismo. Nell'insieme era un mare di curiosità, schemi, giochi, compreso un concorso nazionale. Allegato a ogni volume, vi era un utile "bilingo" (libretto di traduzioni) in carta molto più sottile.

Dal 1952 al 1958 fu pubblicata una serie di sette annuali enciclopedici per ragazzi. La grafica ebbe progressivi affinamenti nell'impaginazione, nei disegni e nel trattamento del colore. Dal terzo annuario, dal 1954, iniziavano a essere indicati, nel cosiddetto tamburino iniziale, i nomi dei vari collaboratori la cui firma, comparirà dall'anno successivo. Essendo stata ormai liquidata l'associazione con l'Aurora, gli annuari per altri due anni (1963 e 1964), vennero riproposti dalla casa editrice Zanichelli; da quel periodo la grafica fu nuovamente rinfrescata con l'apporto di Raimondo Biscaretti di Ruffia; il formato divenne pressoché quadrato (18,3 x 18,5 cm) e si passò dalla tela al cartonato. Considerato che dal 1965 scomparvero definitivamente dalla scena si presume che i nuovi annuari non riuscissero a rinnovare il buon esito.

Le "Enciclopedie AZ Panorama" furono una vera e propria scommessa; Enriques aveva voglia di impegnarsi in un lavoro culturale, per il quale, potesse avere ampio respiro senza tralasciare i riflessi sull'educazione civile. Durante gli anni del fascismo, con il libro unico di stato, le case editrici furono incaricate di pubblicare solo determinati volumi specifici e vi era quindi necessità di una rinascita culturale molto forte dopo la Seconda Guerra Mondiale. "AZ Panorama" diede alla casa editrice la possibilità di fondere insieme persone e idee, e questa unione fu certamente uno dei motivi dei principali successi anche se, dal punto di vista contabile, si tradusse in una perdita. Giovanni Enriques così ebbe modo sia di "far pratica" del mestiere di editore, sia di crearsi una rete di collaborazioni e di conoscenze che utilizzò più tardi in Zanichelli. Inizialmente i volumi previsti erano dodici, ma di fatto se ne

pubblicarono solo sette, più l'ottavo degli indici. La copertina delle prime stampe era in tela blu elettrico e il logo di AZ Panorama era posizionato in alto, decentrato a sinistra. Edgardo Macorini, che più tardi realizzerà la grande "Enciclopedia della Scienza e della Tecnica" per Mondadori, fece fruttare la propria esperienza giornalistica maturata a «Paese Sera» e fornì il principale impulso organizzativo. La formula dell'enciclopedia monografica, quindi non generale e non alfabetica, non era del tutto nuova, si pensi all'"Enciclopedia dei Ragazzi" edita dal 1911 da Cogliati e poi da Arnoldo Mondadori.

Tuttavia l'opera aveva fortissimi elementi originali; ciascun volume era strutturato in due sezioni; la prima, a colori, forniva un quadro generale ed era la parte da leggere, la seconda, in bianco e nero, conteneva un'enorme massa di dati da consultare. Collaborarono autori di grandissimo talento: a parte i curatori, ricordiamo nel primo volume, fra i ritratti di città, "Mosca" di Italo Calvino, nel volume sulla storia "Cina" di Gianni Sofri, nel volume sulla scienza il capitolo sull'informazione e controllo di Antonio Lepschy, in quello sulla storia dell'arte il contributo sul Bauhaus di Giulio Carlo Argan, oppure "l'Orlando furioso" di Vittorio Sereni nel volume sulla letteratura.

Fu una svolta anche in campo grafico, il formato 19x23 cm consentiva le due colonne, frutto delle esigenze dei contenuti e del lettore e non quello del migliore sfruttamento dei formati delle macchine da stampa. L'integrazione fra testo ed immagine era, per quei tempi insolita e nuova fu anche l'idea di didascalie ampie, rigorosamente a blocchetto. La pagina fu ideata dal grafico australiano, Gordon Andrews<sup>11</sup>, che passò un anno a Torino. Vi erano molte immagini lavorate con fondini, da ritenersi virtuosismi considerando le tecnologie dell'epoca.

All'Archivio storico Aurora, essendo presente un'intera collana delle ultime stampe realizzate, ho avuto modo di consultare ogni singolo volume, ciascuno diviso in: "Arte", "Biologia", "Giochi e Sport", "Geografia", "Letteratura", "Scienze" e "Tecnica".

Di seguito i tratti caratterizzanti emersi: la copertina di ciascuna enciclopedia monografica è un pezzo unico

e uniforme, inizia dalla prima di copertina, proseguendo sul dorso, fino a concludersi con la quarta di copertina; le tre parti sono interrotte da delle cerniere; su ciascuna prima di copertina vi è impressa "AZ" grande quanto tutto il formato; il rivestimento è di colore rosso arancio. Su ogni dorso vi sono impressi il logo dell'Editoriale AZ e la scritta Zanichelli; la cuffia ha il medesimo rivestimento della copertina e il capitello che permette la rilegatura di tutti i fogli è in tessuto di colore oro e rosso. La risguardia è di color panna con un pattern dalle forme rotondeggianti sovrapposte: di color grigio/verde in primo piano e di color rosa in secondo piano. L'occhiello è una pagina vuota mente sul frontespizio è riportato il logo dell'editoriale; il colore del logo viene riproposto anche nella grafica che caratterizza le pagine interne di ciascun volume; i colori predominanti si dividono in varie tonalità di ocra e varie tonalità di azzurro.

Soffermandomi sulla griglia strutturale, l'impaginazione risulta essere molto attuale; le illustrazioni, spesso monocromatiche, vengono disposte sopra al testo e i numeri di pagina sono in neretto e tutti all'estremità inferiore. Il testo è suddiviso in due colonne, una dedicata alla didascalia delle immagini o agli approfondimenti specifici e l'altra, larga il doppio, dedicata al vero e proprio corpo del testo.

All'Archivio storico Olivetti ho avuto invece la possibilità di potere sfogliare alcune carte originali, contenenti scambi di comunicazione avvenuti tra Giovanni Enriques e i coordinatori per la definizione degli indici. I principali scambi di informazione avvennero tra Giovanni Enriques e Geno Pampaloni

Di seguito i volumi realizzati in ordine di pubblicazione, inclusi la data, il titolo, la composizione di pagine, il coordinamento e le ristampe:

-1954, "La terra in cui viviamo" enciclopedia monografica della geografia composta da 535 pagine. Il piano del libro è di Geno Pampaloni. Coordinatore redazionale Edgardo Macorini con la collaborazione di Gordon Andrews e Dindi Nissim. 1^ ristampa anno 1955 - 2^ ristampa anno 1959 - 3^ ristampa anno 1963.

-1956, "L'uomo e la tecnica" enciclopedia monografica

<sup>11</sup> Affermazione di Filippo Ambrosini durante la sua testimonianza nel documentario diretto e scritto da L. M. Faccini, *Giovanni Enriques che seppe immaginare il futuro*, 2013. Gordon Andrews (1914-2001) è stato uno dei più importanti designer industriali australiani. Lavorando in Gran Bretagna e Italia oltre che in Australia.

1989 

Franco Verona chiama il figlio in Aurora.

Entra a lavorare all'età di 27 anni occupandosi inizialmente di marketing e di mercato estero

**Figura 224**  
Bozza di lavoro,  
annotazioni  
e modifiche  
di Giovanni Enriques.  
Indice sommario  
del volume storia  
dell'uomo e del mondo  
(1954)  
Fondo Raccolta  
Documentale Giovanni  
Maggia  
Fascicolo 492  
Associazione archivio  
storico Olivetti

*LA STORIA*

*L'EUROPA E IL MONDO MODERNO*

IL MONDO MODERNO ~~MODERNO~~  
*VISTO DALL'EUROPA*

IL CINQUECENTO  
(qualche pagina soprattutto sulla storia politica)

I: Umanesimo, Rinascimento, Riforma  
II: Espansione coloniale; missioni  
III: Controriforma; chiese protestanti  
IV: Lo Stato (burocrazia, eserciti, ecc.)  
V: Gli Stati (il sistema degli Stati europei)  
VI: Accumulazione primitiva del capitale 30

IL SEICENTO ED IL SETTECENTO  
(qualche pagina s o p r a t t u t t o sulla storia delle idee)

I: Olanda (libertà religiosa, traffici ecc.)  
II: Inghilterra (rivoluzione parlamentare, rivoluzione industriale)  
III: Austria (Stato burocratico sopranazionale; riforme)  
IV: Francia (assolutismo, rivoluzione)  
V: Stati Uniti (rivolta del mondo coloniale) 20

L'OTTOCENTO  
(qualche pagina sulla Rivoluzione francese e l'Europa)

I: Giacobini, reazionari, romantici  
II: Liberalismo e libertà dei traffici  
III: Idea di nazione e risorgimenti nazionali  
IV: Questione sociale e socialismo  
V: Imperialismo e protezionismo 30

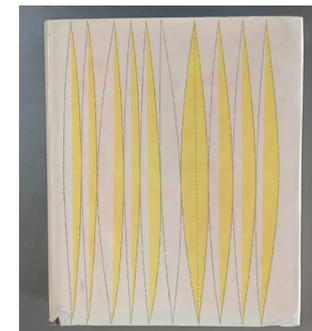
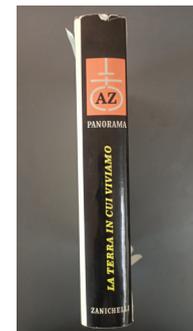
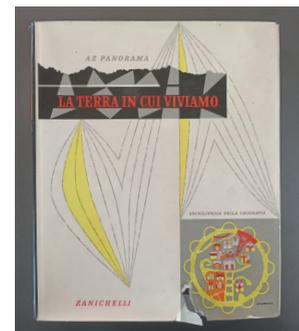
*LA PROBLEMATICA*

*IL MONDO ~~MODERNO~~ MODERNO*  
*POKROVSKER E MARX*  
*REVOLUTSIJA*

IL NOVECENTO  
(qualche pagina sulla crisi dell'Europa, le guerre e i totalitarismi)

I: America 20  
II: Asia —  
III: Africa 100

*60*  
*100*  
*CINA*



**Figura 225**  
Ufficio, Casa editrice Zanichelli, Bologna (1958-1959)  
FF 1678-010  
Fototecnica Artigiana  
Immagine tratta da <https://collezioni.genusbononiae.it/img/prodotti/dettaglio/5c684f53-c3c8-4134-ba3f-0168ac12000c.jpg>

**Figura 226**  
Collana AZ Panorama, Casa editrice Zanichelli, Bologna (1959 ca.)  
N. inv. FF 1678-016  
Fototecnica Artigiana  
Immagine tratta da <https://collezioni.genusbononiae.it/img/prodotti/dettaglio/5c6ea199-195c-4953-8a1b-0216ac12000c.jpg>

**Figure 227, 228 e 229**  
Enciclopedia della geografia  
"La terra in cui viviamo"  
AZ Panorama  
(1954)  
Archivio storico Aurora



**Figura 230**  
 Uffici amministrativi, Casa editrice Zanichelli, Bologna (1958-1959)  
 FF 1678-015  
 Fototecnica Artigiana  
 Immagine tratta da <https://collezioni.genusbononiae.it/img/prodotti/dettaglio/5c6d8411-5198-4059-ac7f-01ddac12000c.jpg>

Ogni passaggio di spola si chiama *battute* e costituisce l'unità di misura della velocità di lavorazione del tela. In teoria la produzione d'un telaio in un tempo determinato è data dal rapporto che si ottiene, dividendo se il telaio funziona ininterrottamente per tutto quel tempo. Indicando con *f* il numero dei minuti, con *n* il numero di battute al minuto, con *i* il numero delle trame inserite al centimetro, si ha la formula della produzione teorica in centimetri:  $47i$ .

Per esempio, un telaio che lavoasse a 180 battute al minuto dovrebbe fornire un tessuto di 30 trame al centimetro, alla velocità di 6 centimetri al minuto. Di fatto però gli arresti e le soste di lavorazione sono inevitabili e la produzione pratica, che corrisponde al metraggio realmente ottenuto, è sempre inferiore a quella teorica. Il rapporto fra la produzione teorica e quella pratica, di solito espresso in percentuale, costituisce il *rendimento effettivo del telaio*: un buon rendimento è raggiunto con il 75-85 %. Se il telaio considerato ha un rendimento medio del 75 % e rimane attivo per un normale turno di lavorazione di 11 ore, avrà prodotto, alla scadenza del turno, un 2160 di tessuto, quanti cioè risultano applicando, con le opportune relazioni, la formula:  $(0,75 \cdot 180 \cdot 60 \cdot 11) / 30$ .

Quando la *penetrate*, ultimo lembo d'ordito che rimane senza essere tessuto, raggiunge il subbio avvolgitore, la pezza è completa ed esce dal telaio, ma in condizioni ben diverse da quelle seducenti con cui si offre agli occhi del cliente nelle vetrine dei negozi. Essa deve ancora subire un nuovo lungo ciclo di operazioni: se si taglia la pezza in sezione e se ne esamina un frammento, non si devono avvertire strati di differente intensità, il che significherebbe che vi sono stati scarti nella distribuzione della tinta, ma una ben diffusa omogeneità.

Quest'operazione non si compie unicamente a pezza ultimata: si possono tingere i filati

**La tintura**  
 La tintura, operazione che avviene per immersione in bagni coloranti, consiste nel dare al tessuto una colorazione regolare e penetrante per tutto il suo spessore. Se si taglia la pezza in sezione e se ne esamina un frammento, non si devono avvertire strati di differente intensità, il che significherebbe che vi sono stati scarti nella distribuzione della tinta, ma una ben diffusa omogeneità.

Quest'operazione non si compie unicamente a pezza ultimata: si possono tingere i filati

268

La trasformazione del filato in pezza finita richiede una serie di impianti e di operazioni di tipo meccanico e chimico. I tempi di lavorazione variano a seconda dell'intreccio scelto, della natura e del titolo del filato e del grado di finitura.

Per il trasporto dell'acqua, come di altri fluidi qualsiasi, può essere preferibile una condotta completamente riempita dal fluido, cioè una condotta in pressione, o forzata. Le pareti devono allora resistere da ogni parte alla pressione del fluido che si muove, come in ogni canale, solido, impermeabile e liscio per ridurre al minimo la resistenza alla corrente: sono costituite da tubazioni d'acciaio o di cemento armato, spesso con diametri di parecchi metri. Le condotte forzate, come del resto molti canali a pelo libero, sono di solito sotterranee, per ragioni di protezione e di igiene: emergono, nel tratto corrispondente al più ripido salto lungo i pendii montani, quelle che alimentano le centrali idroelettriche. Se tutte le condutture di ogni genere fossero visibili, sarebbe manifesto come esse fascino la terra con una rete non meno fitta e intricata di quella delle strade e sentieri; portano acqua da una sorgente al luogo dove servirà, per bere, per irrigare i campi, per ricavarne energia, per usarla in qualche processo industriale; oppure portano via acqua che non serve più, verso uno scarico, che la rimetterà nel circuito naturale, funzione, questa, dei canali di scolo e delle fognature.

Altre reti di condutture si vanno sempre più estendendo, destinate al trasporto di combustibili liquidi o gassosi, anch'esse di solito sotterranee, ma affioranti qua e là, in forme insolite ai nostri passaggi, come le lunghe tubazioni degli ideofolli o gli eleganti ponticanele dei metanodotti. Con lo stesso scopo finale di trasporto di energia, un'altra rete sta avvolgendo le montagne e intrecciando le vallate con tralicci e cavi metallici, in forme che in prestito alla geometria dei ponti sospesi, le linee elettriche ad alta tensione, dove si effettua un tipo ben diverso di "trasporto", ma che rivelano in molte strutture, e nel nome stesso di "corrente" elettrica dato a ciò che vi "scorre", una lontana discendenza dai vecchi canali.

269

In ogni punto di una condotta si può stabilire un bilancio di energie: l'energia totale posseduta dal fluido si ripartisce tra energia di posizione, di pressione, cinetica e perdita (teorema di Bernoulli). Dove aumenta la velocità parte dell'energia di pressione si trasforma in energia cinetica. Lo rivela il diverso livello raggiunto dal fluido nei due tubicini delle differenti imboccature.

**LE FIBRE TESSILI**

Per i nostri indumenti possiamo scegliere in fibre animali, vegetali, minerali e sintetiche i nostri antichissimi predecessori non avevano altro che una rozza pelliccia e per sono i primi scartori romani, secondo Procopio, sedevano a consiglio avvolti in pelli.

In Italia l'uso delle pellicce si diffuse con la caduta dei barbari del freddo Settentrionale; intorno al IX sec. se ne faceva già una speculazione tale che Carlo Magno dovette limitare il prezzo con speciali leggi suntuarie. Tutti i paesi del mondo producono pellicce dagli anni molti: quelle di cui si fa maggior commercio nel mondo è quella di coniglio (150 milioni di pelli all'anno, vengono le scovate) (30 milioni) ed il topi mormonite (12 milioni). Nel Canada si ha il più vasto complesso di produzione: centinaia allevamenti, di cui cinquecento per le sole volpe.

**LA LANA**

La lana è una fibra tessile costituita da filamenti lunghi da 30 a 40 mm che crescono sul corpo degli ovini, rammandosi il vello. Costituisce l'essenziale del tessuto; la sostanza proteica, che forma i capelli e le unghie dell'uomo. Ma la struttura di una fibra è assai più importante della sostanza che la compone. Perché si dice che la lana "tiene caldo"? Perché le sue fibre ondulate permettono di produrre tessuti a struttura molto aperta, capaci di trattenere un'alta percentuale di aria ferma, che impedisce la dispersione del calore e finge da isolante. Nei *pellonati* il volume dell'aria trattenuta costituisce il 60 %, rispetto al 40 % della lana che compone quei tessuti.

Settecentocinquanta milioni di pecore vivono oggi sui pascoli della Terra ma la lana che se ne ricava non è sufficiente per soddisfare la richiesta di filato da parte dell'industria. Alla fine dell'800 si ottenne la prima fibra artificiale, il rayon, e a poco a poco si ricavarono altre ancora, più o meno affini, prodotte su vastissima scala, e capaci di compensare la deficienza quantitativa della morbida e calda fibra animale.

268

**Figure 231, 232, 233 e 234**  
 Illustrazioni pagina interna  
 Enciclopedia  
 della Tecnica AZ Panorama  
 (1954)  
 Archivio storico Aurora



1995

Aurora vende all'estero appena il 3% dei suoi prodotti



2003

Franco Verona nomina Cesare direttore generale di Aurora lasciando anche la parte finanziaria

della produzione composta da 591 pagine. Il piano del libro è di Giovanni Enriques. Coordinatore redazionale Edgardo Macorini con la collaborazione di Samuele Gesillo e la consulenza di Delfino Insolera. Segreteria di redazione Alessandra Pozzi. 1<sup>a</sup> ristampa anno 1959 - 2<sup>a</sup> ristampa anno 1963.

-1957, "Libri nel tempo" enciclopedia monografica della letteratura composta da 759 pagine. Il piano del libro è della Direzione AZ Panorama di Franco Fortini. Coordinamento redazionale e grafico Edgardo Macorini con la collaborazione di Giovanni Arpino, Maria Vittoria Malvano e Livia Moscone e la consulenza di Walter Hergenrother. 1<sup>a</sup> ristampa anno 1963.

-1958, "Il gioco e gli sport" enciclopedia monografica della ricreazione composta da 592 pagine. Il piano del libro è di Edgardo Macorini che ne ha curato il coordinamento redazionale con la collaborazione di Giovanni Arpino e il coordinamento grafico con la collaborazione di Alberto Scarabosio. 1<sup>a</sup> ristampa anno 1960 - 2<sup>a</sup> ristampa anno 1963.

-1958, "Le leggi della vita" enciclopedia monografica della biologia composta da 687 pagine. Il piano del libro è di Ludovico Giulio, Edgardo Macorini ed Ermanno Manni. Coordinamento letterario e grafico di Edgardo Macorini con la collaborazione di Vincenzo Abrate, Guido Jannon e Alessandra Pozzi. 1<sup>a</sup> ristampa anno 1963.

-1959, "Ricerca e scienza" enciclopedia monografica dell'informazione composta da 622 pagine. Il piano del libro è di Delfino Insolera realizzato con la collaborazione redazionale di Filippo Ambrosini e la collaborazione grafica di Eros Sogno. Coordinamento editoriale di Edgardo Macorini. 1<sup>a</sup> ristampa anno 1963.

-1960, "Civiltà nell'arte" enciclopedia monografica delle arti figurative composta da 816 pagine. Il piano del libro è di Enrico Castelnuovo. Coordinamento editoriale di Edgardo Macorini realizzato con la collaborazione redazionale di Maria Vittoria Malvano e Livia Moscone e la collaborazione di grafica di Alberto Scarabosio.

-1963, "Indici" composto da 202 pagine ed è stato compilato da Maria Vittoria Malvano. L'indice analitico è stato compilato a cura della redazione dell'Editore Nicola Zanichelli.

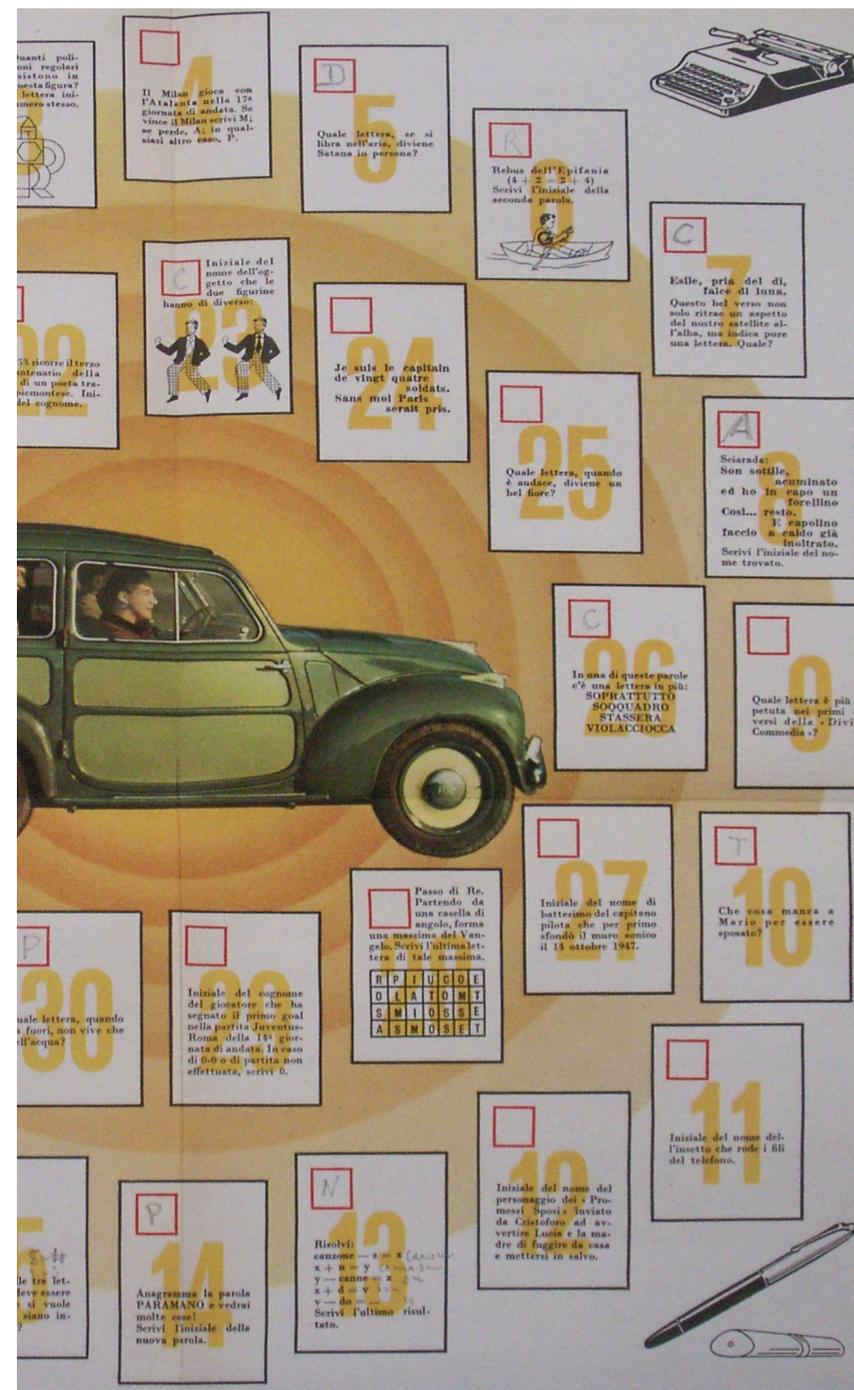


Figura 235  
Concorso a premi  
Annuario enciclopedico  
AZ Panorama  
(1953)  
Archivio storico Aurora

«Caro Della Monica, mi hai chiesto di scrivere per «Laboravi Fidenter» la presentazione di AZ Panorama, il cui primo volume sta per essere inviato alle librerie. Questa tarda estate, e forse anche un certo timore dei nostri lettori, mi suggeriscono invece di rivolgermi a te per dirti quello che penso possa interessare chi voglia - dall'esame della "Terra in cui viviamo" - rendersi conto dei fini che ci siamo proposti. Vorrei quindi lasciare a te il compito di rielaborare questa lettera. L'idea di AZ Panorama - cioè l'intenzione di pubblicare una serie di 10 volumi a carattere monografico sui principali argomenti della cultura, così da formare una enciclopedia dello 'spiegare' più che del 'sapere' - è nata nel 1952. Il successo dell'Annuario AZ, l'interesse per esso dei giovani, delle famiglie e della Scuola, mi convinsero sempre più che l'editoria divulgativa non si valeva ancora di tutti i mezzi conosciuti, mezzi che il pubblico dei lettori istintivamente cerca. [...] "La terra in cui viviamo" si presenta, quale primo esempio della collana, con una originale serie di articoli di specialisti, articoli che sono al tempo stesso buone e pertinenti letture sui diversi aspetti della geografia considerata in senso lato. Il volume raccoglie però nella seconda parte, in modo completo e enciclopedico, dati di consultazione puramente geografici.[...] Il 'piano di costruzione' del primo volume - costruzione è parola più adatta di quanto non sembri - è opera sua. Nel frattempo la redazione di AZ è cresciuta di numero e si è affinata nell'arte del costruire sotto la guida di Edgardo Macorini. Ma quante prove, discussioni e talvolta delusioni prima di ogni finale decisione! Se questa Collana possa essere «ponte» tra la cultura tradizionalmente umanistica e la cultura moderna, più scientifica e tecnica, se l'indirizzo, come era nei voti, «problematico e aperto», sia stato mantenuto, se l'obiettività non ci abbia fatto difetto, ecco alcuni tra i tanti interrogativi che dovrete rivolgere ai lettori di «Laboravi Fidenter». Essi, a stragrande maggioranza vivono nella Scuola e per la Scuola, e se un giorno saranno chiamati a dare la loro opera per una Riforma, la quale più che incidere nella sostanza sarà di forme e di modi, forse rammenteranno e apprezzeranno meglio questo nostro tentativo. Con ancor maggior rigore, in un quadro più ampio, essi dovranno percorrere parte del nostro cammino. È a loro quindi

che, attraverso il nostro giornale Zanichelliano, vorrei chiedere assistenza, consigli, critiche e proposte. Potremo tenerne conto e farne buon uso, poiché speriamo presto di passare alle seconde edizioni. Grazie, caro della Monica, non volermene per la mia pigrizia, ma tu sai che maneggio meglio il regolo calcolatore che la penna. Spero ti sarai riposato del laborioso anno. Coi più amichevoli saluti a te e a tutti gli amici di costi, credimi tuo Giovanni Enriques.»<sup>12</sup>



**Figura 236**  
Giovanni Enriques  
presso il suo Ufficio, Casa  
editrice Zanichelli, Bologna  
(Anni Sessanta)  
Immagine tratta da [https://  
www.zanichelli.it/getImage.php?i](https://www.zanichelli.it/getImage.php?i)

<sup>12</sup> Lettera del 1962 scritta da Giovanni Enriques e destinata ad Ezio Della Monica, direttore generale della Zanichelli dal 1930 al 1963 (Archivio storico Aurora, faldone «AZ Panorama»).

<sup>1</sup> Nell' articolo su *Computer e tablet spiazzano Settimo* di Cristina Casadei del 19 agosto 2012 si espone così:

«La vocazione all'export è sempre stata l'arma vincente dei piumisti settimesi e andando nelle loro aziende si capisce che quando pensano un prodotto pensano innanzitutto a nicchie e a

mercati esteri» (<https://st.ilssole24ore.com/art/impresa-e-territori/2012-08-19/computer-tablet-spiazzano-settimo-135127.shtml?uid=Aba6zeQG&p=2>)

# 5.

## Uno sguardo al futuro tra innovazione e tradizione

L'azienda, sempre di proprietà della famiglia Verona, è oggi aperta ampiamente ai mercati stranieri pur mantenendo la produzione nello storico stabilimento all'Abbadia di Stura nella convinzione della superiorità del Made in Italy. La penna, da semplice strumento di scrittura, si caratterizza oggi come accessorio elegante e ricercato, segno inconfondibile della propria personalità, espressione di un piacere quotidiano. Isaia Levi, Giovanni Enriques, Franco Verona, Cesare Verona Jr: sono i nomi degli imprenditori che, come già descritto in questa ricerca, hanno segnato la nascita, lo sviluppo, le crisi e le riprese della Manifattura Aurora. L'attuale presidente e amministratore delegato dell'Aurora, Cesare Verona Jr, è impegnato a dare solidità ad un'impresa che sia capace di reggere la sfida dell'era digitale "tanto nell'oggi quanto nel medio e lungo termine, e con l'obiettivo di arrivare almeno ai 200 anni di vita". Un'impresa che ha trovato nei progetti speciali per clientela superluxury e nei mercati esteri il terreno oggi più adatto per affermarsi nella competizione globale. Con la sola forza del design e della qualità di un pennino e di una penna stilografica. Fin dalla sua fondazione, l'azienda ha guidato l'evoluzione degli strumenti di scrittura, creando oggetti esclusivi in perfetto equilibrio tra artigianalità e innovazione. Fasi produttive altamente tecnologiche si affiancavano a lavorazioni tipiche della tradizione orafa in cui l'utilizzo di materiali e metalli pregiati trasformava ogni penna in un vero e proprio gioiello. Oggi è l'unica azienda in Italia e tra le poche al mondo a produrre il pennino, vero cuore della penna, offrendo così alla clientela la

possibilità di scegliere il proprio stile di scrittura in un'ottica di fine sartorialità, oltre a creare per i collezionisti di tutto il mondo, prestigiose edizioni in serie limitata e numerata. Resta oggi l'unico marchio autenticamente italiano nel suo settore. Gli articoli di orologeria e pelletteria completano l'offerta del lusso alto di gamma di cui Aurora si fa portatrice in tutto il mondo.

È un'azienda radicata nel territorio e fortemente proiettata al futuro verso i grandi mercati internazionali. Oggi Aurora è conosciuta ed apprezzata in oltre 50 Paesi, dove esporta il 72% delle sue creazioni. <sup>1</sup> Il futuro è continuare con il grande design italiano e con la cultura manifatturiera artigianale, con i colori che rappresentano il nostro paese e soprattutto, con quella genialità che da sempre contraddistingue il Made in Italy. Dal punto di vista tecnologico e commerciale, oggi, l'azienda opera con elevata professionalità e dinamismo e questo è il risultato di un lungo e graduale processo di sviluppo, le cui radici affondano in un contesto in cui non si parlava certamente di stilografiche.

Un ruolo di estrema importanza viene da sempre svolto dai rivestimenti in metallo prezioso (oro laminato 18 K.R., oro massiccio, argento massiccio). Già dagli anni Venti oltre ai classici disegni con decorazione a grana di riso o disegni pressoché geometrici, Aurora propone una selezione ampia ed affascinante di rivestimenti del tutto originali ed assai curati, che possono essere utilizzati sia sulla linea delle "R.A" che su quella delle "A.R.A.". Questo è senza dubbio uno degli aspetti di maggiore spicco della produzione Aurora; esistono infatti rivestimenti Aurora di rara bellezza, caratterizzati da scelte estetiche spesso raffinatissime, con lavorazioni preziose e non di rado arricchite da decorazioni a smalto, bulinature a mano, le più belle delle quali si trovano generalmente realizzate su argento massiccio o su oro massiccio 14 carati.

Nel 2016 nasce un grande spazio destinato al pubblico e al territorio, all'interno dell'antica filanda tessile che sorgeva accanto all'Abbadia di Stura: l'Officina della Scrittura. Questo museo è frutto dell'associazione Aurea Signa, nata nel 2004 dalla passione e dalla volontà di Cesare Verona, consigliere dell'Associazione e amministratore delegato di Aurora. Il suo



2010

Lorenzo Enriques esce dal consiglio Aurora e cede la sua quota residua nella storica fabbrica di penne



2016

Nasce il Museo Officina della Scrittura



**Figura 237**  
Inchiostri Aurora per penne  
stilografiche  
(2019)  
Archivio fotografico Aurora



**Figura 238**  
Processo di lavorazione  
galvanica  
(2019)  
Archivio fotografico Aurora

**Figura 239**  
Penne diamantate, alta  
gamma Aurora  
(2019)  
Archivio fotografico Aurora

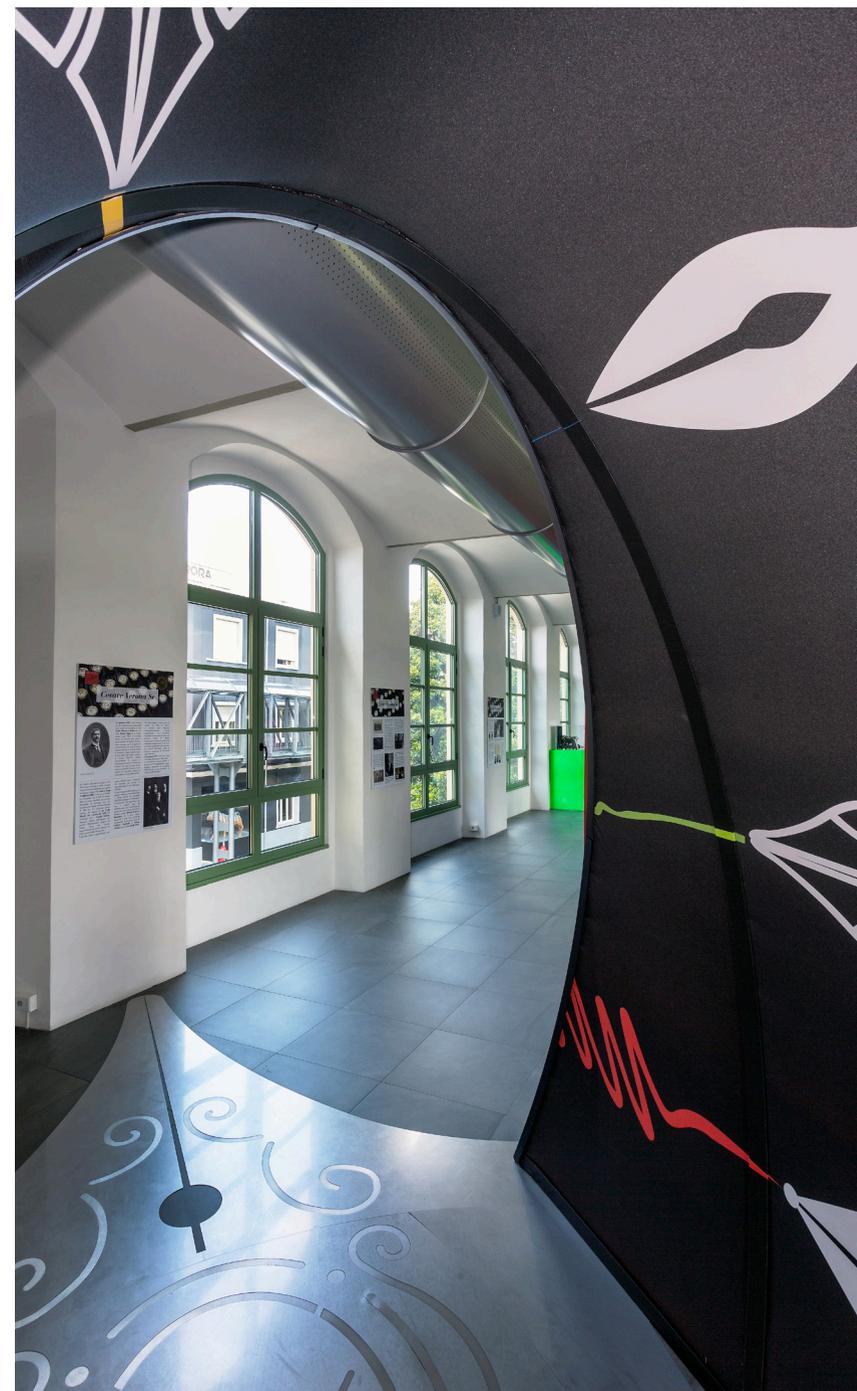
**Figura 240**  
Collaudo del gruppo s  
crittura  
GiobertoNoro  
(2019)  
Archivio fotografico Aurora



**Figura 241**  
Museo Officina della  
Scrittura  
(2019)  
Archivio fotografico Aurora



**Figura 242**  
Ingresso  
Manifattura Aurora  
(2019)  
Archivio fotografico Aurora





**Figura 243**  
 Museo Officina della  
 Scrittura  
 (2019)  
 Archivio fotografico Aurora



**Figura 244**  
 Stoccaggio punte  
 Manifattura Aurora  
 (2019)  
 Archivio fotografico Aurora



**Figura 245**  
 Lavorazione oro  
 Manifattura Aurora  
 (2019)  
 Archivio fotografico Aurora



**Figura 246**  
 Verifica al calibro penna  
 "Leonardo"  
 Manifattura Aurora  
 (2019)  
 Archivio fotografico Aurora



**Figura 247**  
 Lucidatura metallica  
 Manifattura Aurora  
 (2019)  
 Archivio fotografico Aurora

**Figura 248**  
Biblioteca Aurora  
Museo Officina della  
Scrittura  
(2019)  
Archivio fotografico Aurora

scopo è la promozione dell'arte della scrittura, dei suoi strumenti e delle diverse tecniche, creando al tempo stesso un forte legame con il territorio, attraverso diverse iniziative e collaborazioni sviluppate nel corso degli anni. Il più grande progetto realizzato da Aurea Signa riguarda appunto la creazione dell'Officina della Scrittura, primo Museo dedicato al Segno ed alla Scrittura, pensato per esporre le tracce del segno dell'uomo sin dalle origini. Con questo grande progetto, Aurea Signa si propone di creare un luogo di incontro, studio e confronto per i cultori del segno nelle sue diverse declinazioni: scrittori, designers, architetti, makers... e divenire così una piattaforma di ricerca, formazione, diffusione della cultura del segno.



## 6. Considerazioni finali e ringraziamenti

Gli obiettivi della mia ricerca erano molteplici; in primo luogo vi era la voglia di imbattersi in un mondo del tutto nuovo per me, quello archivistico e devo ammettere che, la mia curiosità e il mio essere meticoloso ha giovato molto questa tipologia di lavoro, un po' meno, la mia allergia alla polvere!

Gli archivi storici di Aurora e Olivetti sono molto diversi tra loro; il primo, dove mi sono recata abitualmente, lavoro permettendo, una volta a settimana per circa sei mesi, è ancora in fase organizzativa e nel corso degli ultimi anni si sono succedute molte persone che vi hanno impresso la propria impronta lavorativa. Molti documenti che ho consultato erano già in formato digitale, ma la suddivisione delle cartelle, a mio avviso, non ha ancora un criterio lineare, questo credo, soprattutto per non esserci stata continuità nella gestione; il secondo invece, nonostante ci sia stata solo una volta, mi è apparso davvero ben strutturato e organizzato. La consultazione dei documenti può avvenire sia in modo telematico che di presenza; in entrambi i casi si consulta in prima battuta l'archivio digitale, disponibile on-line, e successivamente, conclusa la ricerca che può essere effettuata tramite parole chiave, si prende nota del link di riferimento e si richiede la consultazione. La lista d'attesa per poter recarsi fisicamente all'Associazione Archivio storico Olivetti è davvero lunga, basti pensare che per prendere un appuntamento mi ci sono voluti quattro mesi, ma consiglio vivamente a tutti gli interessati di vivere un'emozione come questa, davvero unica: mi sono ritrovata a poter toccare con mano alcuni progetti originali, schizzi ed esecutivi finali, realizzati da figure come Marco Zanuso e Marcello Nizzoli.

Il secondo obiettivo era quello di scovare connessioni tra il mondo Aurora e quello olivettiano con la consapevolezza

za che le difficoltà sarebbero state grandi, soprattutto perché le due realtà sono state e sono ancora oggi molto dissimili. Questa ricerca è stata possibile anche grazie all'ausilio di documenti storici legati ad individui che si sono intersecati e hanno contribuito allo svolgersi delle vicende aziendali; tra i soggetti di collegamento più rilevanti, vi è l'Ing. Giovanni Enriques, il quale ha avuto, per lunghi periodi, ruoli fondamentali in entrambe le aziende. Nel corso della mia ricerca però, oltre alle connessioni rinvenute tra i soggetti che hanno amministrato e gestito le due aziende, ho riscoperto molte similitudini sia nell'approccio del design che in quello sociale.

È stato suggestivo constatare come Aurora, Olivetti e Cesare Verona Senior abbiano partecipato contemporaneamente alle fiere campionarie o esposizioni internazionali; mi viene difficile pensare che i tre soggetti, potessero al tempo, immaginare che qualcuno nel 2022, andasse ad indagare la loro contemporanea presenza a determinati eventi, così come ho fatto io nell'ambito della Fiera di Milano.

Altro obiettivo della mia ricerca era cercare relazioni tra padri e figli di entrambe le famiglie e ho cercato di mettere in luce, in base alle diverse generazioni, Camillo Olivetti e Cesare Verona Senior con Adriano Olivetti e Cesare Verona Junior. I primi personaggi hanno vissuto nello stesso periodo storico ed entrambi, si sono imbattuti nel mondo della scrittura meccanica, uno per quanto riguarda la realizzazione dei primi modelli da lui stesso progettati e realizzati, mentre l'altro per l'esclusiva vendita in Italia delle prime macchine da scrivere Remington.

Successivamente ho cercato di mettere in relazione i due figli che presero le redini delle aziende, prima Adriano Olivetti, che come tutti ben sappiamo, fece di una semplice fabbrica, una fabbrica comunitaria e successivamente ho esposto come Cesare Verona Junior, colui che conduce tuttora l'Aurora, abbia dato la sua ondata di freschezza e al tempo stesso cura nel reperire e preservare la storia della sua manifattura.

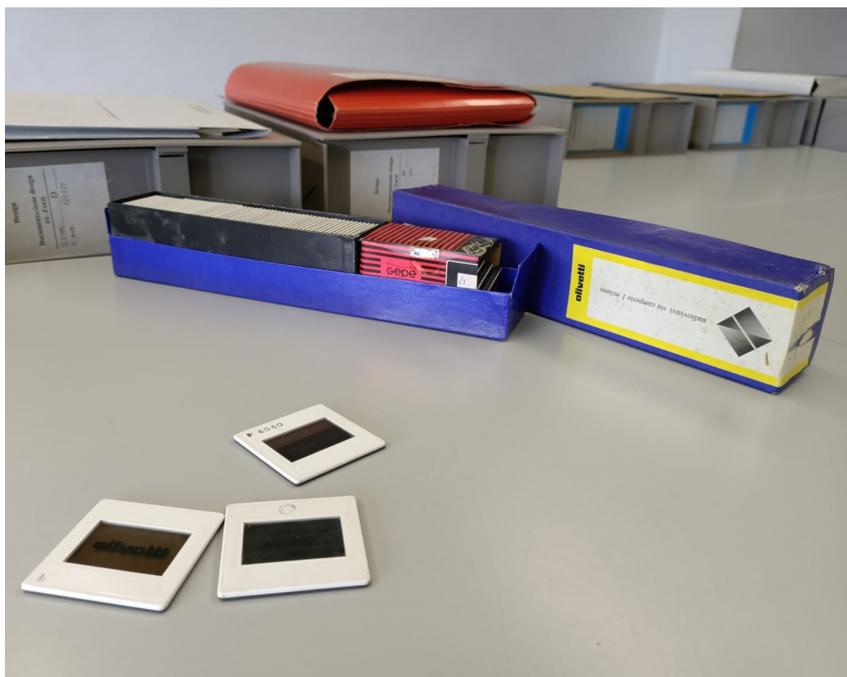
Il presidente è inoltre molto attento alle attività sociali che organizza e ospita presso il Museo Officina della scrittura; gli eventi

sono spesso rivolti a scuole di ogni ordine e grado, per promuovere anche alle giovani generazioni, il valore delle discipline fondate sul segno e sulla scrittura; vengono inoltre organizzate esposizioni d'arte per promuovere la ricerca storico-artistica sui temi del segno. Officina della Scrittura è anche un punto di riferimento per i collezionisti di documenti ed oggetti della cultura materiale, di strumenti di scrittura e di opere d'arte legate al concetto di segno. Il 30 maggio 2022, il Presidente della Repubblica Italiana ha firmato i decreti per insignire 25 nuovi volti del massimo riconoscimento possibile in ambito lavorativo, tra i quali Cesare Verona Junior, nominato Cavaliere del Lavoro per aver operato in via continuativa per almeno 20 anni con autonoma responsabilità nel settore e aver adempiuto agli obblighi tributari nonché a quelli previdenziali e assistenziali a favore dei lavoratori.

Uno degli obiettivi non raggiunto è legato alla ricerca su Franco Antonicelli, correlata alla figura di Walt Disney; purtroppo consultando le fonti messe a disposizione da Barbara Berruti, carte che si trovavano a Cernigliaro e disponibili anche on-line, non è stato possibile reperire alcuna documentazione inerente a questa tematica; la documentazione consultabile all'Archivio storico Aurora, considerando che la prima sede fu distrutta con la conseguente perdita del patrimonio documentale, purtroppo è databile al dopoguerra; non è quindi chiaro come Franco Antonicelli, che collaborò anche per l'AZ Panorama di Giovanni Enriques negli anni Cinquanta, abbia potuto influenzare l'uscita della linea "Topolino" di Aurora degli anni Trenta.

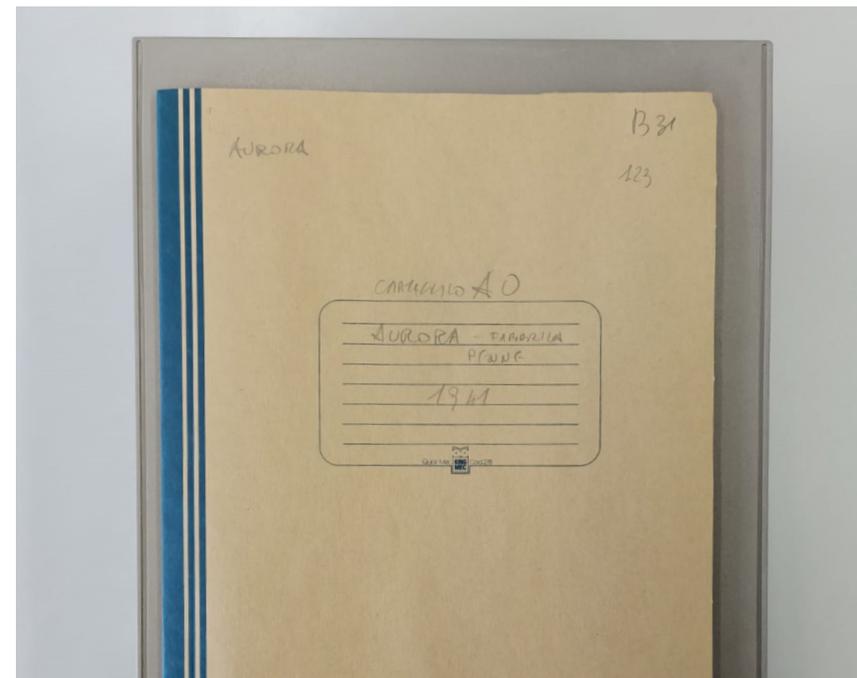
Un ringraziamento va a Pier Paolo Peruccio, professore che ha stimolato la scelta di questa ricerca, in secondo luogo, ma non per importanza, va al Dott. Cesare Verona, il quale mi ha accolto nella sua sede in piena fiducia e libertà di movimento. È stata un'esperienza davvero arricchente.

**Figura 249**  
Documentazione storica  
Olivetti  
(Ivrea, 14 giugno 2022)  
Immagine realizzata da  
Mara Micieli durante  
la consultazione  
all'Archivio storico Olivetti



**Figura 250**  
Sede Associazione  
archivio storico Olivetti  
(Ivrea, 14 giugno 2022)  
Immagine realizzata da  
Mara Micieli durante  
la consultazione  
all'Archivio storico Olivetti

**Figura 251**  
Documentazione storica  
Olivetti  
(Ivrea, 14 giugno 2022)  
Immagine realizzata da  
Mara Micieli durante  
la consultazione  
all'Archivio storico Olivetti



**Figura 252**  
Faldone Auora  
(Ivrea, 14 giugno 2022)  
Immagine realizzata da  
Mara Micieli durante  
la consultazione  
all'Archivio storico Olivetti



**Figure 253 e 254**  
Archivio storico Olivetti  
(Ivrea, 14 giugno 2022)  
Immagine realizzata da  
Mara Micieli durante  
la consultazione  
all'Archivio storico Olivetti

# 7.

## Fonti

### Fonti bibliografiche

AA.VV., Penna, inchiostro e calamaio. Gli strumenti per la scrittura e la loro storia, 2008, Allamandi.

Angelini C., Aurora eterna. Ediz. Illustrata, 2020, Sagep Editori.

Antonicelli F., Le letture tendenziose, 2021, Piccola Biblioteca Morale.

Berta G., Le idee al potere. Adriano Olivetti e il progetto comunitario tra fabbrica e territorio sullo sfondo della società italiana del "miracolo economico", Edizioni di Comunità 1980.

Bertotto S., Settimo Torinese una città in punta di penna, 1991, Città di Settimo Torinese, Settimo Torinese.

Boltri D., Maggia G., Papa E., Vidari P.P., Architetture olivettiane a Ivrea, 1998, Gangemi Editore, Roma.

Bucci A., Coldeluppi V., Ferraresi M., Il Made in Italy, 2011, Carocci.

Castagnoli A., Essere impresa nel mondo. L'espansione internazionale dell'Olivetti dalle origini agli anni Sessanta, 1984, Il Mulino, Bologna.

Castelnuovo E., La storia dell'arte, 2015, Leo S. Olschki.

Castronovo V., L'industria italiana dall'Ottocento ad oggi, 1980,

Oscar studio Mondadori, Milano.

Curino L., Vacis G., Camillo Olivetti: alle radici di un sogno, IPOC, 2009.

De Benedetti R., Nato Ad Asti. Vita Di Un Imprenditore. 1989, Marietti.

De Ponti L., La storia dell'Aurora, Libri di Penna, 1995, Editando, Milano.

Enriques G., Via D'Azeglio 57, Bologna, Zanichelli, 1984.

Enriques F., Castelli di carte. Zanichelli 1959-2009: una storia, 2008, Il Mulino, Bologna.

Fichera G., Dragoni S., Dragoni G., Penne stilografiche, 1997, Mondadori.

Gerbi S., Giovanni Enriques. Dalla Olivetti alla Zanichelli, 2013, Hoeppli.

Giraud. T., La fabbrica di mattoni rossi. Camillo Olivetti, 2014, Conti editore.

Jacopini L., La storia della stilografica in Italia 1900-1950. Ediz. italiana e inglese. Vol. 1, 2001, OPS Organiz. Promozione Spazi.

Pampaloni G., Adriano Olivetti: un'idea di democrazia, 1980, Edizioni di Comunità, Milano.

Papadia E., La Rinascente, 2005, Il Mulino.

Shepherd D. e Shepherd M., Parker "51", 2004, Surrenden Pens Limited.

Tretiack P., Raymond Loewy and Streamlined Design, 1999, Universe of Style.

Verona C., Moraglio A., Questione di Stilo. Il romanzo delle penne Aurora, 2019, Giunti Editore.

Vittoria E., Zanuso M., Notizie Olivetti, Paesaggio, architettura e design, Milano 1962, n.76, pp.61-68.

Vinti C., L'impresa del design: lo stile Olivetti. Una via italiana all'immagine di impresa, 2010, Gruppo Luccioni.

Zanasi M., Reclame in vetrina, Espositori pubblicitari da negozio tra il 1890 e il 1950, Windows shop advertisement from 1890 to 1950, 2019, Libri da collezione Marco Zanasi.

## Fonti archivistiche

Archivio Albe e Lica Steiner, Via Giovanni Durando, 10 - Milano. Dal gennaio 2013 l'archivio è con-fluito in Archivi Storici, via Candiani 72 – Milano.

Archivio dell'Istituto Alvar Aalto e MAAAC Museo Architettura, Arti Applicate e Design, Via Antonnelli, 6 – Pino torinese (TO).

Archivio Istoreto, fondo Antonicelli Franco e Patrizia (Sordevolo), Via del Carmine, 13 – Torino.

Archivio storico Aurora, Strada Comunale da Bertolla all'Abbadia di Stura, 200 – Torino.

Archivio Storico Fondazione Fiera Milano, Largo Domodossola, 1 - Milano.

Archivio storico La Stampa <http://www.archiviolastampa.it/> .

Associazione Archivio Storico Olivetti, Via Miniere, 31 – Ivrea (TO).

Fondazione Adriano Olivetti, Strada Privata Monte Bidasio, 2 – Ivrea (TO).

Genus Bononiae Musei nella Città - Progetto della Fondazione Cassa di Risparmio in Bologna - Museo della Città di Bologna - via Manzoni, 2 - Bologna.

## Brevetti

EUIPO Rete di proprietà intellettuale dell'Unione europea, Avenida de Europa, 4 E-03008 - Alicante (SPAGNA).

Progetto MATOSTO® Camera di commercio Torino, Via Carlo Alberto, 16 -Torino.

## Sitografia

file:///C:/Users/Mara/Downloads/Architetti%20e%20artisti%20per%20l%E2%80%99industrial%20design.%20Lo%20showroom%20Olivetti%20a%20New%20York.pdf

<http://san.beniculturali.it/web/san/dettaglio-oggetto-digitale?pid=san.dl.SAN:IMG-00003288>

<http://www.archimistaweb.polimi.it/fonds/690/units/44300>

<http://www.archiviolastampa.it/>

<http://www.archiviosteiner.dpa.polimi.it/archivio-scheda.php?id=6296>

<http://www.archiviosteiner.it/archivio-inventario.php>

<http://www.cesareemiliano.com/storia.htm>

<http://www.giulionatta.it/ENG/archivio.html>

<http://www.internetculturale.it/>

[http://www.istoreto.it/materiali/Laboratorio%20Mezzosecolo/doc/170\\_Gerbi\\_Enriques\\_1943-45.pdf](http://www.istoreto.it/materiali/Laboratorio%20Mezzosecolo/doc/170_Gerbi_Enriques_1943-45.pdf)

<http://www.pennamania.it/forum/index.php?topic=5226.45>

<http://www.romagnagazette.com/2012/08/14/colpi-di-genio-le-100-grandi-invenzioni-chi-invento-la-matita-e-chi-la-penna/>

<https://archividigitaliolivetti.archivioistoricolivetti.it/collections/entity/detail/4798/>

<https://archivistorico.fondazionefiera.it/>

<https://archivistorico.fondazionefiera.it/cerca?filtro=ea8cdob70e89f21709fe9b42c1806ab7%7CCatalogo%7C%2FtipologiaObject%2FBiblioteca%2FCatalogo&tags=catalogo&sort=no&page=0>

<https://archivistorico.fondazionefiera.it/entita/133-nizzoli-marcello>

<https://archivistorico.fondazionefiera.it/oggetti/40431-catalogo-ufficiale-fiera-campionaria-internazionale-di-milano-1926>

<https://archivistorico.fondazionefiera.it/oggetti/40433-catalogo-ufficiale-generale-fiera-esposizione-di-milano-1928>

<https://archivistorico.fondazionefiera.it/oggetti/40604-catalogo-ufficiale-fiera-campionaria-internazionale-di-milano-1932>

<https://archivistorico.fondazionefiera.it/oggetti/40605-catalogo-ufficiale-fiera-campionaria-internazionale-di-milano-1933>

<https://archivistorico.fondazionefiera.it/oggetti/40610-catalogo-ufficiale-della-fiera-campionaria-di-milano-del-1934-ordine-alfabetico>

<https://archivistorico.fondazionefiera.it/oggetti/40618-catalogo-ufficiale-fiera-campionaria-internazionale-di-milano-1935>

<https://archivistorico.fondazionefiera.it/oggetti/40620-catalogo-ufficiale-fiera-campionaria-internazionale-di-milano-1936>

<https://archivistorico.fondazionefiera.it/oggetti/40621-catalogo-ufficiale-fiera-campionaria-internazionale-di-milano-1937>

<https://archivistorico.fondazionefiera.it/oggetti/63991-catalogo-ufficiale-fiera-di-milano-1948-volume-i-elenco-dei-partecipanti-per-ordine-alfabetico>

<https://archivistorico.fondazionefiera.it/oggetti/64013-catalogo-ufficiale-fiera-di-milano-1949-volume-primo-elenco-dei-partecipanti-per-ordine-alfabetico>

<https://archivistorico.fondazionefiera.it/oggetti/64015-catalogo-ufficiale-fiera-di-milano-1950-volume-primo-elenco-dei-partecipanti-per-ordine-alfabetico>

<https://doi.org/10.4429/j.arart.2011.suppl.50>

<https://iltorinese.it/2020/10/11/un-tasto-italiano-remington-e-cesare-verona-a-torino>  
[https://it.wikipedia.org/wiki/Enciclopedia\\_dei\\_ragazzi](https://it.wikipedia.org/wiki/Enciclopedia_dei_ragazzi)

[https://it.wikipedia.org/wiki/Olivetti\\_M1](https://it.wikipedia.org/wiki/Olivetti_M1)

<https://medium.com/notizie-4-2016/un-secolo-di-storia-per-il-distretto-della-penna-ee3da581d2c7>

<https://scripomarket.com/proto-scrittura/>

<https://st.ilsole24ore.com/art/impresa-e-territori/2012-08-19/computer-tablet-spiazzano-settimo-135127.shtml?uuid=Aba6ze-QG&p=2>

[https://torino.repubblica.it/cronaca/2015/07/06/news/l\\_officina\\_della\\_scrittura\\_dell\\_imperatore\\_delle\\_penne-118440485/](https://torino.repubblica.it/cronaca/2015/07/06/news/l_officina_della_scrittura_dell_imperatore_delle_penne-118440485/)

<https://video.lastampa.it/dossier/a-che-punto-e-torino/cesare-verona-la-ripresa-e-iniziata-ma-ora-torino-non-sprechi-l-occasione/140158/140413>

<https://www.aurorapen.it/la-manifattura-aurora/i-nostri-primi->

cento-anni/

<https://www.aurorapen.it/officina-della-scrittura/>

[https://www.aurorapen.it/wp-content/uploads/2020/03/Auro-ra\\_Presentazione-Istituzionale-2020-lite.pdf](https://www.aurorapen.it/wp-content/uploads/2020/03/Auro-ra_Presentazione-Istituzionale-2020-lite.pdf)

<https://www.fondazioneproposta.it/personaggi/adriano-olivetti/olivetti-e-l-azienda/>

<https://www.fondazioneproposta.it/personaggi/adriano-olivetti/showroom-new-york/>

<https://www.fountainpen.it/Asco/it>

<https://www.giornalelavoce.it/settimo-ettore-frola-e-la-storia-della-penna-a-settimo-315706>

<https://www.labibliotecachevorrei.it/topolino-frassinelli-1933/>

<https://www.lombardiabeniculturali.it/scienza-tecnologia/schede/ST120-00038/>

<https://www.stilografica.it/approfondimenti/la-storia-dei-sistemi-di-caricamento-187.htm>

<https://www.stilolinea.it/9-storia.asp>

<https://www.storiaolivetti.it/articolo/117-giovanni-enriques/>

<https://www.storiaolivetti.it/articolo/3-un-negoziio-in-piazza-san-marco/>

<https://www.thismarketerslife.it/stories/levoluzione-della-scrittura-la-comunicazione-nel-tempo/>

<https://www.thismarketerslife.it/stories/levoluzione-della-scrittura-la-comunicazione-nel-tempo/>

<https://www.zanichelli.it/download/media/3bbe/Zanichelli%20Castelli%20di%20carte%20-%20cap2.pdf>

<https://www.zanichelli.it/ricerca/prodotti/az-panorama-collana-di-enciclopedie-monografiche>

## Letteratura grigia

Angius A., Ciulla A., Chiarlone S., Gaudino A., Paoletti S., Pellizzari M., Presotto S., 2010, Policoin 2021. Studio di fabbricazione di una Penna Stilografica. Tesi di laurea, Politecnico di Torino.

Bianco G., D'Amore P., Mancio A., Martinelli V., Sarzotti A., Vito-francesco P., 2010, Sistemi di produzione 2. Storia dei materiali e scelta per la produzione. Stampaggio dei componenti plastici. Ciclo di produzione ed assemblaggio, Tesi di laurea, Politecnico di Torino.

Bosica M., 2019, Il Patrimonio Mondiale UNESCO di Ivrea, città industriale del XX secolo: analisi di un sistema integrato per la divulgazione dei valori Olivetti nell'età scolare, Tesi di laurea Magistrale, Politecnico di Torino.

Cappelli F., 2015, Il made in Italy: dalle origini alle nuove sfide. Relatore: Giovanni Farese. Facoltà di Economia. Tesi di laurea, LIUSS Guido Carli.

Scolaro G., 2013, Il progetto nel restauro del moderno. La fabbrica Cedis a Palermo (Marco Zanuso, 1954-57), Tesi di dottorato, Università degli Studi di Palermo.



