



UN CAFFÈ CON... GAETANO DI TONDO

Apertura, spirito collaborativo e predisposizione al fare sono alcune qualità chiave di chi è in grado di innovare, rese essenziali dal periodo pandemico. Gaetano di Tondo, dal 1999 nel Gruppo TIM e attuale Presidente dell'Archivio storico Olivetti, condivide il suo sguardo sulle sfide e le opportunità legate al binomio cultura e tecnologia e accelerate dalle discontinuità in corso.

Una prima domanda riguarda il modo in cui siete e siamo tutti cambiati in questo ultimo anno: cosa hai potuto osservare nelle dinamiche di collaborazione interne ed esterne indotte dalla crisi pandemica? Cosa rappresenta per te, ora, la parola collaborazione?

In quest’ultimo anno e mezzo è cambiato tutto, dal tessuto produttivo alle nostre vite personali. L’utilizzo delle tecnologie nelle dinamiche di lavoro ci ha aperto a confronti molto più ampi e internazionali e il concetto di sharing allargato si è affermato come valore.

Questa nuova condizione ci ha aiutato a razionalizzare una serie di aspetti delle nostre vite e a individuare meglio ciò che importa realmente.

Venendo al significato che, come Olivetti, attribuiamo a “collaborazione”, facciamo spesso riferimento allo human centricity che deriva dall’esempio dato dalla storia olivettiana e dalle figure di Camillo e Adriano Olivetti. Human centricity significa spostarsi verso un concetto di comunità, che dovrebbe andare di pari passo con quello di collaborazione, da cui poi si arriva alla community, passaggio fondamentale per aggiornare i valori che si rappresentano. Tutto ciò comporta apertura verso il mondo e verso gli altri e, per me, è compreso nei principi di collaborazione.

Venendo all'Archivio storico attraverso cui è possibile rivivere pezzi della storia d'innovazione dell'ultracentenaria azienda Olivetti: quali sfide avete affrontato più recentemente e quali trasformazioni sono in corso?

Quando due anni e mezzo fa sono arrivato all’Archivio, l’obiettivo è stato quello di dare nuova vita a questo patrimonio culturale. Abbiamo da subito aperto i canali social, nella convinzione che fossimo noi a dover dialogare con il mondo e non aspettare che le persone ci raggiungessero a Ivrea. Siamo così passati dai 1.000 follower su Facebook di due anni fa, ai 18.000 utenti che ci seguono sui vari social di oggi, con un racconto quotidiano che valorizza le tante attività che realizziamo. Durante i mesi del lockdown ci sono state iniziative come #iorestoacasa o “Il biglietto sospeso”, a cui abbiamo aderito assieme ad altre associazioni ed enti pubblici, divenendo parte attiva del racconto di quel momento speciale.

Gli Olivetti Design Talks e i Culture Podcast rappresentano altri due validi esempi di come una narrazione di qualità debba essere fatta sfruttando tutte le leve digitali. Abbiamo recuperato i contenuti digitali dell’Archivio pubblicando, alcuni mesi fa, una serie di Podcast con interventi esclusivi di Pasolini e Moravia, per citarne un paio, ora disponibili su TIMMusic, Spreaker, Spotify e

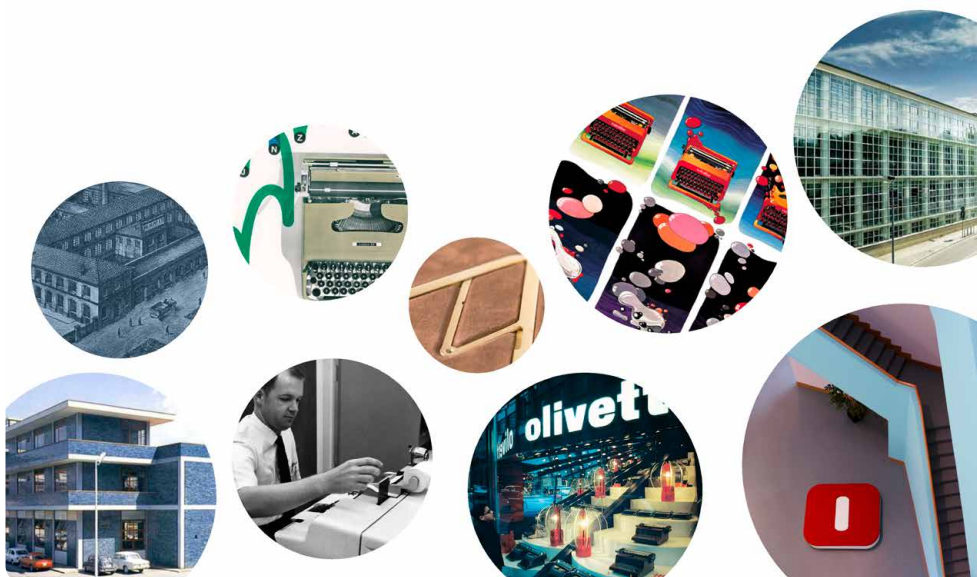


OLIVETTI DESIGN TALKS

13 appuntamenti con l'eccellenza del design e dello "Stile Olivetti".

A partire dal 25 Febbraio 2021
Giovedì | Ore 18:30

zoom
eventbrite



altri canali. Il digitale ci sta aprendo gli occhi su una serie di temi, anche in ambito culturale.

Più in generale, vedo gli Archivi storici come dei cantieri, luoghi in cui rileggere l'oggi e il domani partendo dalle nostre radici, dai valori condivisi. Costruire nuovi percorsi narrativi come i Talks e i Podcast, significa proprio andare in questa direzione e, non a caso, stanno avendo un grande successo.

Il processo che hai descritto per l'Archivio storico Olivetti ci porta a una delle partnership essenziali per il settore culturale e creativo, quella con il mondo della tecnologia e del digitale. Cosa può aiutare i professionisti culturali ad affrontare meglio la sfida del digitale in Italia?

Quello delle competenze è sicuramente il primo gap da colmare, soprattutto se pensiamo a quanto sia importante una conoscenza più approfondita dei mezzi digitali per poterli utilizzare come finestre di dialogo continuativo.

E quando si tratta di cambiare dei percorsi specialistici vanno valorizzate anche le competenze trasversali. È un percorso

formativo e di sviluppo di qualità personali, qualcosa che non c'entra con l'età, ma con la curiosità, con la capacità di cogliere stimoli diversi rispetto ai soliti. Si potrebbe parlare di apertura alla sperimentazione, attingendo al mondo delle startup, alle quali ci rivolgiamo, per esempio, con iniziative come la call "Olivetti IoT Challenge" promossa da Olivetti con TIM WCAP. È un campo che insegna che è possibile sbagliare ma il punto è accogliere l'insegnamento in ogni tentativo, anche quelli che falliscono. Quando si vuole innovare, anche in ottica di trasformazione digitale di un'organizzazione, è necessario far sì che tutte le persone coinvolte nella filiera e nell'operatività condividano il processo. In Archivio storico Olivetti, la produzione di Podcast con materiali "pronti in casa" ha richiesto sei mesi e il punto di svolta è stato



coinvolgere le persone facendole entrare nel progetto e mostrando loro che non si trattava di un capriccio digitale, bensì di una forma di valorizzazione del nostro patrimonio, che il pubblico avrebbe riconosciuto e seguito.

Come credi che si possa accelerare la trasformazione digitale del settore culturale e creativo in Italia?

La strada verso la trasformazione digitale è quella del fare rete, che per me significa mettersi collettivamente in gioco per alimentare opportunità che da soli non potremmo sfruttare.

Recentemente, abbiamo siglato un accordo con il Comune di Ivrea, per realizzare sei percorsi espositivi nel Museo Civico Pier Alessandro Garda di Ivrea, con opere selezionate dalla collezione Olivetti, che conta un migliaio di pezzi di proprietà della famiglia. L'iniziativa partirà il 3 luglio e darà la possibilità di visitare il caveau dove è custodita la collezione a Torino. È un esempio concreto di collaborazione ad ampio raggio, non ci limiteremo solo all'esposizione delle opere ma, coerentemente con il Gruppo che rappresentiamo, realizzeremo percorsi digitali e multimediali. Ogni opera sarà infatti associata a un percorso legato all'epoca della sua acquisizione in relazione alla storia olivettiana, con spunti multimediali organizzati in room fruibili su App e sito. È un altro modo di raccontare la cultura.

Per chiudere, rivolgiamo lo sguardo al futuro del settore culturale e creativo. Quali sono le lezioni apprese da questo periodo iniziato più di un anno fa da non rimuovere? E quali le forme di rete e collaborazione da continuare a curare più attentamente?

Il dato più interessante emerso è che, a prescindere dalle dimensioni dell'organizzazione, ciò che più conta è la rete che si è costruita e attraverso cui si sono mantenute le relazioni, indipendentemente dalla sua collocazione geografica.

Ci troviamo a un punto di non ritorno e sono convinto che queste esperienze faranno da stimolo, da volano virtuoso per il futuro.

Alla scorsa edizione del Festival dell'Architettura, come Olivetti abbiamo realizzato un'App, la Ivrea Smart City Pass, per registrarsi a tutti gli eventi del Festival secondo le regole di sicurezza. Anche questo è stato un caso di digitale a supporto di un evento che era interamente fisico. Si tratta di una contaminazione che deve rimanere costante e che si lega al concetto di intelligenza che innova, come insegna la storia olivettiana. Occorre cioè operare seguendo binari paralleli, sviluppando percorsi che possono convergere in alcuni punti ma senza mai andare in direzioni diverse.

Come ho già detto, la collaborazione e la cultura del cambiamento dovrebbero parlarsi, andare di pari passo.

Quello che ci ha insegnato questo anno e mezzo è sicuramente una cultura del cambiamento totale, anche personale, perché gestire una routine domestica radicalmente diversa ha comportato uno stravolgimento delle vite e del lavoro. Il concetto di cultura del cambiamento è entrato a far parte della nostra realtà in modo profondo. Alcuni benefici ci sono stati, così come degli insegnamenti che è fondamentale non dimenticare. ▀

<i>Olivetti</i>	1911
olivetti	1934
olivetti	1947
olivetti	1970
 olivetti	2012
 olivetti	2021

Gaetano di Tondo. 30 anni di comunicazione, lunghe e profonde esperienze internazionali, con una visione ampia della comunicazione integrata per raccontare le Persone e le Aziende. Appassionato da sempre di innovazione, trasformazione digitale, scenari evolutivi, arte e design con innata propensione alla condivisione.

Dal 1999 comincia l'esperienza nel gruppo Telecom Italia dove attualmente è Direttore Communication & External Relations in Olivetti e Presidente dell'Associazione Archivio Storico Olivetti, vissuti come ruolo unico, portando avanti quotidianamente un percorso appassionato che unisce il passato al futuro attraverso un racconto pubblico di valori e progetti così sintetizzato: dalla #StoriaDiInnovazione dell'Archivio a #DesignmeetsTechnology dell'azienda Olivetti di oggi.

- [Video istituzionale Olivetti](#)
- [Olivetti Design Talks](#)
- [Culture Podcast dell'Archivio storico Olivetti](#)
- [Museo Civico Pier Alessandro Garda di Ivrea](#)
- [App Ivrea Smart City Pass](#)