

SAVE THE DATE

Promosso da



olivettiana
www.olivettiana.it



Con il patrocinio di INU - INU Emilia Romagna



Venerdì 20 Maggio 2016
ore 15,30-19,00

Sala Atelier, Urban Center Bologna
Sala Borsa - Piazza Nettuno, 3

olivetti

COMUNICAZIONE, STILE, DESIGN, ARCHITETTURA

INGRESSO GRATUITO

- Per iscriversi inviare adesione a:
lezioniolivettiane@fondazioneadrianolivetti.it
- oggetto: Seminario Olivetti Bologna 20 maggio 2016
- Per informazioni: info@olivettiana.it
www.olivettiana.it

SEMINARIO COMUNICAZIONE STILE OLIVETTI

Mario Piccinini
Architetto e Urbanista
> Presentazione

Patrizia Gabellini
Architetto, Professore ordinario di Urbanistica,
Politecnico di Milano
> Introduzione

Giovanni Maggio
Già a capo della Pubblicità del Gruppo Olivetti
> La comunicazione Olivetti

Paolo Rebaudengo
Si è occupato in Olivetti di gestione del personale e relazioni industriali a Ivrea e di formazione del personale presso il CISV (Centro Istruzione Specializzazione Vendite) di Firenze
> Comunicazione, industria e territorio

Galileo Dallolio
Già dirigente Selezione del personale in Olivetti
> La comunicazione organizzativa

Emilio Renzi
Già nella Direzione Relazioni culturali in Olivetti
> La scrittura

Elena Papa
Professore associato di Linguistica Italiana,
Università di Torino
> L'onomastica Olivetti nomos e logos

Graziella Leyla Ciagà
Ricercatore di Storia dell'Architettura,
Politecnico di Milano
> L'estetica della promozione:
grafica pubblicitaria e showroom

Patrizia Bonifazio
Docente di Urban Planning History
Politecnico di Milano
> L'architettura nelle politiche di welfare e nelle strategie di comunicazione della Olivetti (1928-1970)

Francesca Limana
Responsabile Comunicazione e Progetti editoriali
Fondazione Adriano Olivetti
> Il lavoro della Fondazione Adriano Olivetti: per la tutela, valorizzazione e divulgazione del lascito olivettiano

Scopo del Seminario è mettere in luce gli aspetti relativi alla comunicazione della Olivetti, e allo "stile Olivetti", termine coniato negli anni '50, riferito alla immagine internazionale dell'azienda, "un linguaggio riconoscibile nel tempo, applicato a tutte le manifestazioni dell'impresa...". La parola riguardava la qualità, l'eccellenza la bellezza e comprendeva non solo il prodotto, ma anche tutti gli aspetti imprenditoriali, dalla pubblicità fino alle architetture e ai servizi realizzati.