

Memoria e industria: un binomio vincente

Conservare un patrimonio di oggetti e di testimonianze attinenti non solo a una cultura materiale dell'arte, e quindi con un fine meramente estetico, ma anche a una cultura economica e sociale diventa l'obiettivo-funzione del museo d'impresa

Cristina Calidoni

Ci sono, nell'immaginario collettivo, termini che evocano immediatamente particolari situazioni e rimandano a convinzioni radicate. Basti pensare a termini oggi molto usati quali "patrimonio", "bene culturale" e, per assonanza, "museo" o altri, che vengono generalmente legati all'idea di un passato lontano nel tempo, all'arte ed alla sua fruizione, all'ammirazione estetica e al godimento intellettuale di umanisti raffinati.

In realtà l'ampio spettro di indagini e di studi che su questi temi si è avviato dalla metà del secolo scorso ha messo sempre in maggiore evidenza che patrimonio, bene culturale, museo non sono idee riduttive bensì si riferiscono alla capacità dell'uomo di porsi in relazione con il mondo nelle mille forme in cui si esprime la cultura umana. Sono quindi solo apparentemente antitetici i termini di economia, lavoro, tecnica che la cultura umanistica ha spesso collocato nel limbo della dimensione della prassi e del quotidiano.

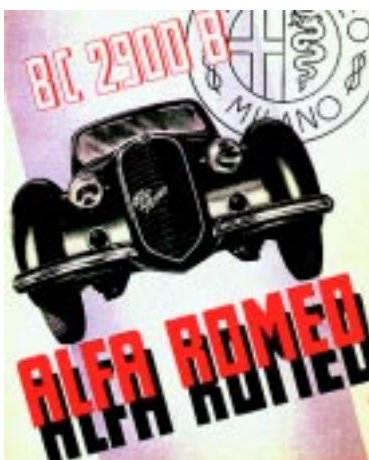
Se prendiamo il concetto di museo, antico tempio delle Muse nel suo significato etimologico, possiamo immediatamente constatare come la Rivoluzione francese intenda aprirne le porte per renderlo "luogo di studio, conservazione e godimento per il pubblico" per poi arrivare ai teorici della Rivoluzione industriale o ai protagonisti del Bauhaus, che interpretano il museo come scuola per le accademie e l'artigianato, come fonte di ispirazione per la produzione contemporanea dei beni, come mezzo di trasmissione di una dinamica sociale e culturale legata al sapere e al fare.

Da qui al concetto di museo d'impresa il passo è breve .

L'impresa scopre il valore della memoria storica

I musei aziendali documentano, rispecchiano e rendono leggibile un sistema complesso, le tecniche e i processi della produzione, le catene di montaggio e le pratiche artigianali, il lavoro collettivo e l'economia imprenditoriale.

Museo Piaggio e Museo storico Alfa Romeo: pubblicità e illustrazioni.



La prima funzione di un museo d'impresa è quella *conservativo-propositiva*: conservare un patrimonio di testimonianze e di manufatti fortemente attinenti non soltanto a una cultura materiale dell'arte, ma anche a una cultura economica e sociale. Accanto a ciò vi è poi una *funzionalità espositiva e di ricerca*, in quanto il museo può essere il luogo di mostre e spazio per ricerche ulteriori. Ciò presuppone che la produzione sia riconosciuta come un elemento di cultura, cioè che si riconosca la plausibilità (se non la necessità) di considerare la produzione come evento di cultura.

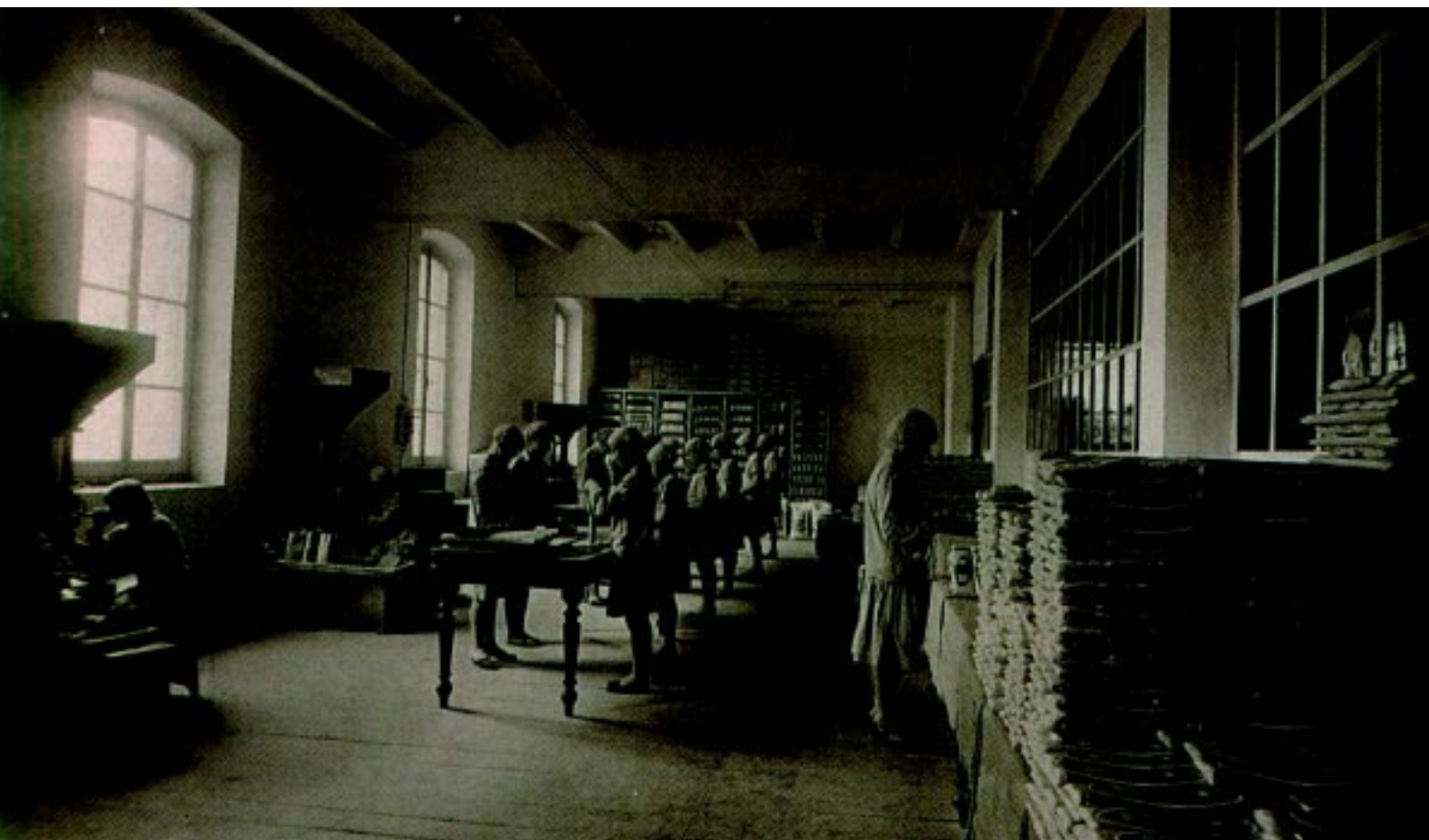
Da indagare è inoltre il complesso apparato relativo alla *comunicazione del prodotto*. Non basta produrre un oggetto, occorre farlo circolare e stimolarne l'appetibilità che implica una vasta serie di problemi relativi agli ambiti della pubblicità e dell'immagine.

Il progetto della comunicazione interessa l'*ambito del design*, della progettazione visuale e della massmedialità, cominciando dall'immagine stessa del prodotto (a volte diretta, a volte indiretta), che apre un discorso sull'immagine molto ricco e in stretta relazione con l'elaborazione artistica contemporanea. In questo ambito si possono citare realtà come Museo Alessi, Alfa Romeo, Ducati, Kartell, Piaggio o Salvatore Ferragamo.

L'obiettivo-funzione è far diventare il museo d'impresa un elemento di narrazione, di ricostruzione della società civile in tutti i suoi aspetti, evitando di creare una raccolta e di allestire un'esposizione di pezzi che si proponga al pubblico quale contenitore artistico, magari perseguendo modi espositivi finalizzati alla ricerca estetica per



Archivio storico Barilla: immagini degli antichi stabilimenti (anche pagina seguente) e manifesto pubblicitario.





Ricostruendo e narrando la cultura industriale e artigianale, il museo d'impresa diventa un tassello importante di un più ampio racconto sociale

l'estetica. Si mette così in secondo piano la portata reale e originaria di un bene nato in una bottega o in una fabbrica, e funzionale in quel momento storico al raggiungimento di obiettivi produttivi. Non si pensa infatti ad una galleria artistica, ma piuttosto all'insieme di testimonianze dell'ingegno creativo in un percorso produttivo presentato in tutta la sua complessità tecnica, di composizione, di successo o di insuccesso nel mercato.

Vi sono altresì esperienze di musei pluri aziendali che rappresentano il contenitore delle problematiche e delle complessità di un distretto industriale, e che hanno come punto di arrivo la ricostruzione della storia del distretto stesso, come

per esempio il Museo dello Scarpone e della Calzatura di Montebelluna: i soci del museo sono 57 aziende, anche di piccolissime dimensioni, che perseguono la conservazione di un patrimonio di conoscenze e di tradizioni che altrimenti verrebbe completamente dimenticato.

In sintesi, il museo d'impresa, se ben costruito, può svolgere o per meglio dire, deve svolgere una funzione di volano, che procura ricadute e benefici all'azienda o al gruppo di aziende.

Un importante aspetto caratterizzante il museo d'impresa è inoltre la sua *finalità fondativa*, che consiste nella salvaguardia e nella valorizzazione di un patrimonio di memorie inerenti l'ambito produttivo. D'altra parte, la finalità di salvaguardia dei musei d'impresa è stata mirata non soltanto a non lasciar deperire un patrimonio di oggetti, ma in alcuni casi a ricostruire un già disperso patrimonio di oggetti come nel caso del noto Archivio storico Barilla.

Una archeologia del passato prossimo

Si collega direttamente all'idea di museo d'impresa la ricerca e la riscoperta di metodologie produttive e di luoghi di produzione che l'archeologia industriale ha consacrato come oggetto di studio dell'evoluzione del territorio e della sua immagine. Si ripete dunque la convinzione che già l'evoluzione del concetto di "bene culturale" ha più volte sottolineato: è impossibile capire il senso delle cose isolate dal loro contesto, nel nostro caso la fabbrica, la bottega artigiana e tutti i luoghi del lavoro.

Quest'ultima questione tocca situazioni disciplinari nell'ambito delle quali la sensibilità della cultura storico-artistica è già da tempo piuttosto avanzata: si pensi ai resti materiali del processo di industrializzazione come opifici e macchinari, magazzini, impianti minerari, villaggi e case operaie, ponti e infrastrutture ferroviarie. L'archeologia industriale si è costituita come disciplina nel contesto culturale inglese intorno agli anni Cinquanta del Novecento sotto l'impulso dei primi studi dedicati alla rivoluzione industriale.

Decisivi nell'affermazione della materia sono stati negli anni Sessanta la fondazione del *Journal of Industrial Archaeology* sotto la direzione di Kenneth Hudson ed il progetto del primo parco-museo a Coalbrookdale in Inghilterra.

Da una parte si colloca l'interesse di chi si occupa della conservazione, della progettazione e riutilizzazione degli spazi e delle strutture produttive abbandonati, dall'altra quello di chi ha visto nell'edificio industriale in disuso un "documento non intenzionale" da studiare in maniera interdisciplinare. L'archeologia industriale, per la complessità del suo ambito, ha una formidabile capacità di cointeressare più settori quali l'economia, l'urbanistica, la storia dell'arte e la sociologia.

Il manufatto industriale, quale documento, può offrire risposte ad una serie di quesiti relativi alle condizioni di lavoro, alle innovazioni tecniche, ai modi di produzione, ai meccanismi imprenditoriali, ma propone altrettante domande che esigono il ricorso e ripetuti ritorni alle fonti di archivio. Tra le operazioni più note ricordiamo il recupero delle città cotoniere di Lowell nel Massachusetts, di paesi-fabbrica come Le Grand Hornu in Belgio, il riuso degli stabilimenti FIAT del Lingotto a Torino e delle officine milanesi dell'Ansaldo, il recupero dei complessi dei mulini Stucky a Venezia o dei Docks a Londra.

In anni recenti ci sono offerti altri interessanti casi come le acciaierie di Terni, la Bovisa a Milano, l'Arsenale veneziano, l'area Italsider di Bagnoli a Napoli, i villaggi operai di Crespi d'Adda, la Nuova Schio oltre alla centrale elettrica di Trezzo d'Adda o quella di Crevola.

Cultura del prodotto e memoria d'industria

Nell'ampia costellazione di temi che la prospettiva del museo d'impresa apre occupa un ruolo di primo piano ciò che è considerato anche il presupposto indispensabile per conservare e riprodurre la memoria: l'archivio delle attività d'impresa. Come l'archivio di famiglia o l'archivio storico istituzionalmente riconosciuto, l'archivio di impresa è attento a conservare le specificità e la peculiarità delle scelte che in ogni campo l'impresa compie ed ha compiuto; ad un'opera di scavo e di ricostruzione si abbina un'opera di selezione e conservazione funzionale alla memoria.

L'archivio costituisce il fondamento di un possibile museo, presentandosi forse in modo meno scenografico e ambientale, ma sicuramente è anche presidio primo, luogo più intimo della memoria, serbatoio di notizie, risorsa e non onere. Per rendere diffuse e concrete queste sensibilità, diventano sempre più necessarie figure professionali di esperti dei beni della civiltà industriale e dell'*industrial heritage*, conoscitori delle tecniche di inventariazione e catalogazione, archivisti d'impresa che sviluppino progetti e programmi di riqualificazione del patrimonio.

La divulgazione di una cultura della produttività in un'ottica di sistematizzazione e di rete, è la principale motivazione che ha spinto Assolombarda e Confindustria a costituire l'Associazione italiana di musei e archivi d'impresa denominata *Museimpresa* con alcuni obiettivi di fondo, tradotti in altrettanti filoni di intervento:

- *lo sviluppo e la diffusione della cultura scientifico-tecnologica*
- *la promozione della cultura d'impresa*
- *la promozione dell'imprenditorialità culturale*

Sempre a Milano, anche il *Centro per la cultura d'impresa*, associazione sorta presso la Camera di Commercio nel 1991, ha lo scopo di promuovere la tutela e la valorizzazione del patrimonio documentale attraverso la costituzione di archivi economici territoriali, musei d'impresa,

L'archeologia industriale è una disciplina giovane che interagisce con l'economia, l'urbanistica e la storia dell'arte

Meno scenografico e più intimo, l'archivio d'impresa è il fondamento di un possibile museo

censimenti di archeologia industriale e pubblicazioni della propria attività.

A Bologna è visitabile all'interno dell'antica Fornace Galotti il *Museo del patrimonio industriale* che presenta modelli, strumentazione scientifico-tecnica delle principali tappe tecnologiche dell'industrializzazione della città. L'eccellenza produttiva di Bologna è inserita in un itinerario fatto di prodotti insieme a documentari, proiezioni e stazioni interattive.

La valorizzazione del patrimonio industriale a Parma

Ad un osservatore esterno il panorama che si presenta in questo settore a Parma e provincia è estremamente interessante ma soffre di scarsa visibilità e di diffusione non omogenea. Pare che si possano evidenziare molti filoni di ricerca che già si sono avviati e che presentano molte iniziative da sostenere e incentivare.

Il mondo della grande impresa ha nell'Archivio storico Barilla la sua punta di diamante con grandi prospettive e ampi terreni di ricerca nella valorizzazione dell'industria agroalimentare, protagonista dei futuri Musei del cibo, luoghi della produzione ricchi di fascino estetico (si pensi agli antichi caseifici o salumifici etc..) abbinati alla storia culturale e territoriale dei prodotti stessi.

Da analizzare è inoltre il vasto ambito delle grandi produzioni ormai scomparse o indebolite ma che hanno segnato la storia del nostro territorio, basti pensare alle antiche fornaci o agli zuccherifici.

Storia recente è la realizzazione dell'Auditorium Paganini progettato da Renzo Piano come nuovo "contenitore" culturale nell'area ex Eridania.

Forte presenza sul territorio ha inoltre il mondo dei servizi di pubblica utilità dal trasporto alla distribuzione dell'acqua, del gas etc... con la secolare tradizione che si porta appresso e l'innovazione tecnologica che ha sviluppato negli anni.

Nel caso di Parma, città ricca e di alto tenore di vita, va evidenziata inoltre l'antica storia di molti prodotti "fashion", dalla moda ai profumi, il cui panorama presenta già la Collezione Borsari come museo inserito in circuiti turistici.

Una ampia e approfondita ricognizione a livello provinciale delle numerose realtà esistenti in materia di archivi d'impresa, musei aziendali e luoghi di produzione significativi per l'archeologia industriale, ed una loro prima catalogazione, costituirebbe sicuramente un arricchimento per l'immagine della operosità e della inventiva dell'industria parmensese e contribuirebbe a dare consistenza alla storia stessa dell'industria a Parma.

Molti i progetti realizzati e molti quelli in cantiere per raccontare una storia industriale importante

Collezione Borsari: illustrazione pubblicitaria del profumo Violetta di Parma.



DUE REALTÀ PARMIGIANE



L'Auditorium Paganini.

L'antico zuccherificio, costruito nel 1899 e dismesso nel 1968, è oggi un auditorium con una sala di 780 posti, foyer, camerini, bar, guardaroba. La nuova sede concertistica di Parma è inoltre dotata di sofisticati impianti tecnologici ed acustici che assicurano la massima funzionalità.

Archivio storico Barilla

Nasce nel 1987 per volontà della Presidenza Barilla con l'obiettivo di raccogliere, conservare e valorizzare la documentazione storica dell'azienda. Oggi l'archivio Barilla consente di ripercorrere la storia, l'attività economica, la strategia comunicativa e pubblicitaria della ditta attraverso un secolo e più di vita. La cultura dell'alimentazione e il patrimonio di conoscenze accumulato nel tempo, sono conservati e valorizzati da un'attenta gestione in un archivio di oltre 16 mila documenti costantemente aggiornato.

Auditorium Paganini

L'Auditorium Paganini si inserisce in un più ampio progetto volto a ridisegnare una parte di città facendo perno su uno dei comparti industriali più significativi del primo Novecento.

L'area industriale ex Eridania costituisce un esempio di straordinaria rilevanza progettuale e di archeologia industriale. L'architetto Renzo Piano ha infatti recentemente

Bibliografia

- Amari M. (1997), *I musei delle aziende: la cultura della tecnica tra arte e storia*. Franco Angeli, Milano.
 Bolognesi V. (2000), *Una bibliografia sul patrimonio industriale*. Athena, Napoli.
 Coradeschi S. (1990), *La collezione Borsari 1870*. Electa, Milano.
 Gonizzi G., Ganapini A. (1994), *Barilla: cento anni di pubblicità e comunicazione*. Silvana Editoriale, Cinisello Balsamo.
 Irace F., Basilico G. (2002), *Renzo Piano. La fabbrica della musica*. Editrice Abitare Segesta, Milano.

Link utili

www.culturadimpresa.org

www.museimpresa.com

www.comune.bologna.it/patrimonioindustriale

ASSI Associazione storia d'impresa: www.associazioneassi.it

ICOM International council of museums: www.icom.org

AIPAI Associazione italiana per il patrimonio archeologico industriale: www.patrimonioindustriale.it

ICSIM Istituto per la cultura e la storia d'impresa: www.icsim.it

TICCIH International committee for the conservation of the industrial heritage