

Daniela Brignone,

curatrice archivi d'impresa e consigliere Museimpresa

Apro questo mio intervento con due ricordi, che l'incontro di oggi mi genera spontanei. Il primo ricordo è di Tommaso Fanfani, che nel volume che presentiamo torna a scrivere per noi, svolgendo ancora una volta quel ruolo di collegamento irrinunciabile tra gli archivi d'impresa e la storia d'impresa. Il pensiero va poi a Duccio Bigazzi, storico d'impresa alla Statale di Milano, anch'egli scomparso prematuramente, direttore della rivista "Archivi e Imprese" (oggi "Imprese e Storia"), di cui mi sento in qualche modo allieva. In entrambi era ben chiara la necessità di mantenere sempre vivo quel link, per non separare due mondi logicamente e scientificamente contigui e non condannarli all'incomunicabilità. Su questo tema, è importante la presenza dell'intervento di Andrea Giuntini nel volume *L'impresa dell'Archivio*.

La mia presenza oggi è idealmente e logicamente connessa con la seconda edizione del corso per archivisti d'impresa, organizzato da ANAI e Museimpresa e curato da Francesca Pino, Augusto Cherchi e Fabio Del Giudice. Il corso si è svolto nel giugno 2012 presso l'Archivio Centrale dello Stato e la Birra Peroni, dove ho svolto un intervento sugli archivi di prodotto, in veste di curatrice dell'Archivio Storico e Museo aziendali.

Rispetto all'edizione milanese dello stesso corso, Museimpresa e ANAI avevano infatti deciso di meglio focalizzare l'aspetto centrale dell'archivio di prodotto. La scelta di svolgere una giornata del corso proprio presso un'impresa produttrice di beni di consumo non è stata dunque casuale. Spero infatti che in quella occasione l'intervento della sottoscritta e la visita all'Archivio Storico e al Museo Birra Peroni siano stati esaustivi dell'argomento o quantomeno capaci di introdurre i presenti alla complessità dello stesso.

Nel volume che oggi presentiamo ci sono molti riferimenti sparsi all'archivio di prodotto e un intervento ad esso espressamente dedicato, quello di Diego Robotti della Soprintendenza Archivistica del Piemonte, regione in cui gli archivi del tessile fanno scuola in questa specifica tematica.

Concordo nel ritenere che gli archivi di prodotto sono stati "scoperti" in una fase più avanzata della valorizzazione degli archivi d'impresa, non contestualmente all'avvio della discussione sugli stessi, avvenuta in Italia tra gli anni '70 e i primi anni '80. Diana Toccafondi pone l'inizio della sensibilizzazione verso gli archivi d'impresa nella fase di ripensamento economico aperta dalla crisi petrolifera del 1974. Idealmente mi ricollego all'attuale stato di crisi economica internazionale e alla contestuale centralità assunta dall'*heritage* all'interno delle imprese. Un ponte temporale che

conferma la tendenza delle imprese e delle comunità a valorizzare la memoria delle aziende in tempo di crisi.

Sull'archivio di prodotto si leggono nel volume che presentiamo frasi e opinioni interessanti, anche se nella pochissima bibliografia disponibile sull'argomento¹ (ora arricchita dall'intervento di Robotti) emergono già differenti approcci e interpretazioni: se Antonella Bilotto insisteva sull'obbligo disciplinare dell'archivista di contenere l'oggetto all'interno dell'archivio, connesso alle pratiche che ne hanno preceduto e seguito la creazione, anche se osservava l'opposto e lo giustificava nella realtà del lavoro quotidiano dell'impresa, Elisabetta Bettio nel volume presentato oggi esprime invece dubbi sulla natura archivistica degli oggetti, che preferisce tenere separati dalle serie archivistiche, in contenitori museali, oggettuali o simili.

Su un punto si è tutti d'accordo, ossia sull'importanza dell'archivio di prodotto, vera bussola nelle frequenti trasformazioni societarie e organizzative dell'impresa, cuore pulsante dell'archivio d'impresa, cartina di tornasole delle strategie imprenditoriali e delle trasformazioni strutturali dell'impresa stessa.

Robotti arriva addirittura a preferire – tra i due mali estremi - un archivio d'impresa di soli oggetti ad un archivio d'impresa solo documentale, il che non è propriamente consigliabile né auspicabile, come osservato nel corso del mio lavoro ormai ventennale con le imprese. Nella ricostruzione della vicenda imprenditoriale della Ditta Biscotti Gentilini di Roma – a tutti nota – che sto effettuando in vista dei festeggiamenti del 125° anno di attività, le lacune di un archivio meramente oggettuale e iconografico vengono necessariamente riempite con il setaccio degli archivi interni, degli archivi familiari e con la ricerca presso archivi esterni. Dolorosa ma necessaria è stata la presa di coscienza dell'imprenditore sull'importanza di fornire una base documentaria alla storia dei propri prodotti, senza la quale essi nuotano in un contesto indefinito e poco significativo. La sua testimonianza potrebbe fungere da apripista nella sensibilizzazione delle imprese al tema della corretta tenuta degli archivi.

Alcuni punti fermi mi sembra di poterli comunque fissare sugli archivi di prodotto, alla luce delle riflessioni innovative contenute nel volume che presentiamo.

Finalmente è ben chiara la distinzione tra gli archivi di prodotto e i musei d'impresa - naturale risultato di una sedimentazione produttiva gli uni, realizzazione autorappresentativa e strumento di sostenibilità dell'impresa per la comunità e per il territorio gli altri.

¹ A. Bilotto, *L'archeologia del documento d'impresa. L'archivio del prodotto*, in «Rassegna degli archivi di stato», in LXII/1-2-3, pp. 293-306; *Archivi di prodotto e archivi della moda. Questioni ed esperienze*, in M.G. Muzzarelli – G. Riello – E. Tosi Brandi (a cura di), *Moda. Storia e storie*, Bruno Mondadori, Milano, p. 234-244; i lavori di Giorgio Roverato sulle imprese tessili venete Marzotto, Rossi etc.

Finalmente si riconosce la natura “nobile” dei musei d’impresa, voluti da aziende illuminate che investono in cultura, con ricadute favorevoli sull’occupazione di profili professionali umanistici, sulla divulgazione della cultura del fare e sulla moltiplicazione dell’offerta culturale dei territori. In questo campo esemplare è il lavoro svolto da Museimpresa, l’associazione degli archivi e dei musei d’impresa italiani, nata nel 2001 con appena 15 soci per iniziativa di Assolombarda e oggi vicina al numero di 60 imprese associate. Attiva in ambiti formativi, artistici, storici, divulgativi in Italia e all’estero, Museimpresa ha svolto un ruolo fondamentale sul piano della affermazione degli archivi e dei musei d’impresa come strumento vincente e competitivo per l’impresa.

Riprendendo il filo, finalmente sembrano superate, nel presente volume, le ortodossie archivistiche che ponevano la componente oggettuale ad un gradino inferiore rispetto alla nobiltà documentaria. Finalmente si rompe poi il dogma archivistico della necessità dei tre passaggi tipici dei flussi documentali: Giorgetta Bonfiglio Dosio ammette infatti lo stravolgimento di questo schema all’interno dell’impresa – ente soggetto per definizione a cambiamenti organizzativi molto più rapidi di quelli noti nella pubblica amministrazione o in enti di diverso tipo – e considera possibile e dunque ammissibile il passaggio diretto di alcune tipologie di oggetti/manufatti e della documentazione ad essi relativa (ricerche di mercato, materiali iconografici promozionali, comunicazione pubblicitaria a mezzo stampa, TV e affissioni) dall’archivio corrente all’archivio storico, saltando l’archivio di deposito, che si tradurrebbe in un passaggio inutile nonché dannoso per i materiali stessi.

A proposito della questione aperta della separatezza o dell’integrazione degli oggetti nell’archivio, mi sento di esprimere un parere pratico scaturito dall’osservazione di più imprese in tanti anni sul campo. I link possono essere istituiti tra documenti e oggetti e la loro iconografia o parte progettuale a posteriori, ossia ricostruirli virtualmente e/o digitalmente attraverso il sistema informatico che gestisce l’archivio e le collezioni museali o con l’ausilio delle nuove tecnologie (app, realtà aumentata, musei virtuali), oggi ampiamente applicate ai beni culturali. Questo risulta tanto più necessario osservando come gli oggetti o le carte che lo accompagnano nella progettazione o nel lancio sul mercato pervengono in archivio seguendo percorsi e tempistiche differenti e separati dai flussi documentali delle pratiche cartacee degli uffici.

Ritengo importante, infine, lo spunto dato da Robotti sulla nuova centralità dell’archivista curatore degli archivi di prodotto all’interno degli archivi delle imprese: si tratta infatti di una nuova figura professionale, spesso formatasi sul campo, veramente indispensabile all’impresa. Anche in questo senso, la condivisione delle conoscenze all’interno della rete di Museimpresa ha dato un enorme

contributo al dibattito sui percorsi professionali e sugli infiniti percorsi virtuosi che si aprono per le imprese impegnate in progetti di valorizzazione della propria memoria storica.