

VareseNews

La comunicazione, arma vincente del “cane a sei zampe”

Pubblicato: Martedì 24 Ottobre 2006

La Sesta Giornata del Cinema Industriale organizzata presso la LIUC dall'Archivio Storico del Cinema d'Impresa e della Comunicazione Industriale, diretto da Anna Maria Falchero, ha avuto per protagonisti assoluti Enrico Mattei e il frutto del suo lavoro, ossia l'ENI, una delle maggiori compagnie petrolifere mondiali e un simbolo potente del lavoro italiano nel mondo.

Perché

interrogarsi, fra tanti aspetti del lavoro dell'ENI, proprio della sua comunicazione? Per la modernità che essa seppe esprimere, per i talenti (fra i migliori d'Italia) che essa seppe mettere a propria disposizione, sovente formandoli; perché all'alba della comunicazione di massa essa veicolò un'autentica cultura d'impresa. Le relazioni di Giorgio Secchi, responsabile delle iniziative culturali ENI, e di Lucia Nardi dell'Archivio Storico della società (nato appena a maggio di quest'anno e già fonte del massimo interesse per gli storici dell'economia), hanno messo in luce i valori di cui la società di Mattei si fece portatrice, con un *marketing* in anticipo sui tempi e determinato, fra l'altro, dalla necessità imprescindibile di un consenso politico al proprio agire nel ristabilito contesto democratico.

Parlando di

cinema industriale, Nardi spiega come, fra i cinque chilometri di scaffali dell'Archivio storico ENI (recentemente dichiarato "di grande interesse storico", e dunque reso in grande misura consultabile a tutti gli studiosi) si continuo centinaia di bobine di filmati, spesso in corso di accurato restauro, e che entro il 2008 dovrebbero essere tutti riversati su DVD. Circa 25 sono i film girati con l'approvazione di Mattei o su suo impulso: e due di questi sono stati mostrati al pubblico del convegno. Si va dai filmati, ancora didascalici e dai toni quasi futuristi, volti a spiegare al grande pubblico l'importanza del metano, quando ancora bisognava vincere incertezze e resistenze (fino al 1956), a quelli per la formazione del personale (ad esempio gli addetti alle stazioni di servizio), a quelli modernissimi, smalzati e non privi di ironia dei tardi Cinquanta e primi Sessanta, che suscitano anche qualche reazione irritata per i ritratti spietati dell'arretratezza di alcune zone del Sud (Gela, ad esempio). Tema centrale di questi film è il **lavoro** in tutte le sue forme: quasi un omaggio indiretto all'articolo 1 della Costituzione. Vi è poi una grande ricchezza di filmati

straordinari girati nei paesi in cui Eni si trovava ad operare, e che documentavano, ben prima della gran parte della mania dell'esotismo nella tv di massa, usi, costumi e abitudini delle genti con cui i tecnici italiani si sarebbero trovati ad avere a che fare.

Anche sul

versante culturale e della stampa, ricordato da Secchi, l'impronta di Mattei fu profonda. Un quotidiano come "Il Giorno" nacque su suo impulso, per sostenere la causa politica del centrosinistra, l'alleanza DC-PSI che vide la luce solo dopo la misteriosa morte del manager marchigiano. Il Giorno portò grandi novità: dal formato "americano" (più maneggevole) alle foto a colori, all'impaginazione, ai fumetti, al linguaggio moderno. E fu affiancato da una rivista interna per i dipendenti di grande valore, "Il gatto selvatico" (da *wild cat*, il pozzo d'esplorazione in inglese tecnico): vi collaboravano penne di qualità, dal poeta (!) Attilio Bertolucci che lo dirigeva a Giorgio Bocca e Bernardo Valli, e ancora Giorgio Ruffolo, Mino Maccari per la grafica, Ettore Scola per la pubblicità, senza dimenticare il Carosello televisivo affidato a Dario Fo. Fu attraverso tutti questi strumenti che Mattei fece più che della semplice, martellante pubblicità: creò un mondo di valori all'interno dell'azienda, e al contempo proiettò un'immagine forte all'esterno.

Redazione VareseNews

redazione@varesenews.it