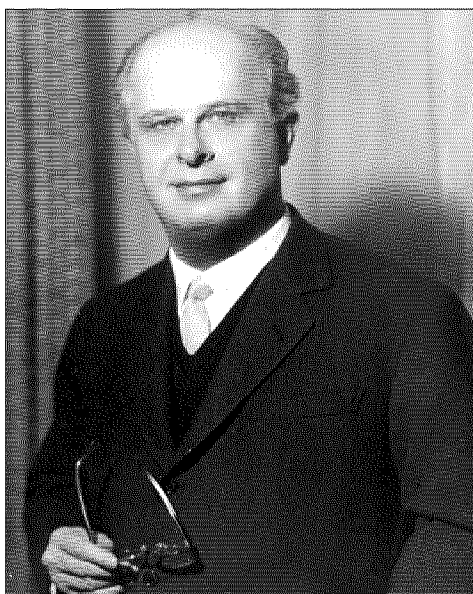


# Il ritratto di Adriano Olivetti in un documentario

L'Apulia Film Commission e la società di produzione Sattva Films comunicano che, lunedì 2 aprile alle 11 al Cineporto di Bari, è convocata la conferenza stampa di presentazione del documentario "In me non c'è che futuro..." -Ritratto di Adriano Olivetti - di Michele Fasano, realizzato in due parti da 72 minuti dalla Sattva Films. All'incontro interverranno il regista e produttore Michele Fasano e Daniela Mattia in rappresentanza dell'Associazione ManagerZen, partner insieme all'Apulia Film Commission dell'iniziativa "Road Show Adriano Olivetti" e con il patrocinio della Presidenza della Giunta Regionale della Regione Puglia, della Fondazione Adriano Olivetti, di Confindustria Puglia, di CGIL Puglia e il Comune di Matera. Il documentario, a partire da martedì 2 aprile, se-

guirà un percorso di proiezioni, ma anche di presentazione del libro allegato al DVD sul modello sociale, politico, economico olivettiano, che saranno programmate nelle sale del circuito D'Autore di Apulia Film Commission alla presenza del regista e produttore Michele Fasano. S'inizia, martedì 3 aprile alle 17.30, con la proiezione al Cinema DB D'Essai, mentre il 27 aprile (alle 17.30) alla Sala Farina di Foggia e al Cinema ABC di Bari, l'11 maggio. Previste anche le proiezioni al teatro Comunale Rossini di Gioia del Colle (12 aprile alle 17.30) e alla Casa Cava di Matera (25 maggio alle 20). C'è stato un momento, a metà degli Anni '60 del XX secolo, in cui un'azienda italiana ebbe l'occasione di guidare la rivoluzione informatica mondiale, 10 anni prima dei ragazzi della Silicon Valley: Steve

Jobs e Bill Gates. Una rivoluzione tecnologica che aveva le sue radici in una rivoluzione culturale e sociale, in un modello industriale pensato al di là di Socialismo e Capitalismo, che il suo promotore, Adriano Olivetti, aveva cominciato a sperimentare sin dagli Anni '30 a Ivrea, in provincia di Torino. La Olivetti arrivò ad essere la più grande azienda italiana, con il maggior successo commerciale internazionale, capace di coprire un terzo del mercato mondiale del suo settore. Una multinazionale atipica: con un forte radicamento territoriale, caratterizzata da politiche sociali avveniristiche, formazione permanente e attività culturali di respiro internazionale, che furono il segreto del suo successo commerciale e non la conseguenza filantropica o mecenatica dei suoi profitti.



**Adriano Olivetti**

