Thread | Persone

Archivi d'impresa

#2 • MEMORIA CHE ISPIRA IL FUTURO

Gemma Torre

Hyperborea

Spesso gli imprenditori non sanno di possedere un **patrimonio storico**.
Ma quale può essere la sua utilità per l'azienda? E cosa vuol dire avere una documentazione che viene definita "**storica**"?

A volte accade che un archivio d'impresa si formi "per caso". Magari perché lo spazio non è un problema oppure per lo zelo di un responsabile o, soprattutto, per un naturale legame affettivo con le carte aziendali spesso intrecciate da relazioni familiari.

E arriva il momento in cui si scopre di aver creato un complesso di documenti e oggetti di varia natura, non più utili alla pratica amministrativa e quotidiana, di cui non si sa cosa fare.

Ebbene, questo è a tutti gli effetti un **archivio storico d'impresa**.
A cosa può servire? Quali obiettivi può raggiungere un'impresa con un patrimonio riorganizzato e valorizzato? Scorriamo insieme alcune prospettive, attingendo da esempi reali.

Innanzitutto una precisazione.
I benefici possono restare all'interno dell'azienda ma possono manifestarsi anche verso l'esterno, ossia verso il mercato. Iniziamo dai primi.

Ispirazione e creatività circolare

Partendo dall'analisi degli usi verso l'interno, un primo beneficio nel possedere un patrimonio storico è quello di riutilizzare le idee passate per disegnare nuovi prodotti creativi. Proprio per questo molti imprenditori hanno deciso di organizzare il settore archivio come un asset strategico della **produzione**. Penso in particolare al settore della moda e del tessile dove il recupero di linee produttive degli anni precedenti o trame di tessuti già realizzate in passato possono rivivere, essere rivisitate per creare nuove collezioni e nuove stagioni di moda. Da Benetton a Valentino, sono molti gli esempi che illustrano quest'approccio, diffuso

anche nel settore dell'arredamento e del design in generale. Alcuni brand hanno optato per mostrare l'incipit di ispirazione nei loro archivi, altri riutilizzano e assemblano vari elementi storici con l'esplicita volontà di definire nuovi prodotti che segnano un elemento di rottura dal passato.

Memoria della continuità strategica

In relazione al *core business* e al settore economico in cui l'azienda è insediata, il legame dell'archivio storico con la produzione rappresenta anche un **supporto per decisioni strategiche**. In tal senso, l'archivio inteso come insieme dei dati raccolti, le statistiche e più in generale le esperienze pregresse intrise nella documentazione passata può, e deve, essere alla base della pianificazione delle attività. Un buon management tiene in considerazione, infatti, il cosiddetto "archivio dei progetti" insieme alle *lesson learned* come sostenuto anche nel PMBOK dal Project Management Institute.

Valore giuridico

In linea con quest'approccio d'uso del proprio archivio vi è un altro valore, spesso sottostimato, ossia quello di **valenza giuridica** e attestazione del lavoro svolto. È noto come le carte d'archivio permettano di tutelarsi giuridicamente in caso di controversie legali. Infatti la capacità di far riferimento a documenti attestanti il lavoro svolto permette di ottimizzare le risposte legali in caso di querelle. Il patrimonio conservato diventa quindi fonte principale per provare l'esistenza di diritti e opporsi a pretese illegittime.
Questo contributo dell'archivio storico non è comunemente riconosciuto e anche qualora l'imprenditore sappia della possibilità di riferirsi ai documenti per attestare le proprie attività, spesso decide di non adoperare questo sistema di fonte perché l'archivio storico si trova in uno stato di confusione e disordine tale per cui non è possibile svolgere una ricerca.

Supporto tecnico

La possibilità, o meglio l'**opportunità di fare affidamento alla documentazione passata** dei lavori svolti è fondamentale anche per determinate aziende storiche che basano la propria attività odierna su progetti eseguiti in precedenza. Penso ad esempio a un'azienda di acquedotti in cui ho lavorato e dove la serie dei progetti storici è costantemente riesaminata per confrontare l'impianto acquedottistico ancora attivo. L'archivio del passato permette, in casi come questo, l'esistenza tutt'oggi del sistema di opere in essere.

E adesso dedichiamoci ai benefici rivolti al mercato.

Reputazione e garanzia

In relazione a quanto detto finora, la storia che emerge dalla documentazione archivistica ha una valenza anche di **attestazione di qualità** nel confronto con *competitor* sulla base della propria storicità e presenza nel mercato da una data certa. Con quest'ottica è stato, per esempio, promosso il conferimento del titolo di azienda storica da parte di Unioncamere con il *Registro nazionale delle imprese storiche* attivo dal 2011. Inoltre, il desiderio di fidelizzare i clienti al proprio brand storico ha spinto molte aziende e multinazionali ad acquistare marchi storici per continuare la commercializzazione di prodotti riconosciuti con continuità sul mercato, come, tra le altre, la storia di Perugina e Nestlè.

Immagine e comunicazione

Passando quindi agli scopi d'uso verso l'esterno, quello più comunemente dichiarato di sfruttamento è relativo al **marketing** e alla definizione di nuove campagne pubblicitarie. Infatti la promozione del proprio patrimonio storico può costituire un **invito a scoprire la realtà dell'azienda**. Sono noti i molteplici vantaggi, anche in prospettiva di ritorno economico, del riuso di vecchi documenti, come modellini, bozzetti, campagne pubblicitarie e foto storiche.
Per spiegare quest'approccio mi viene in mente in particolare quella sensazione di "immersione" che ho provato varcando la soglia di diverse botteghe storiche con le vetrine "a invito" in stile liberty che accompagnano il cliente verso il negozio accogliendolo nella storia delle botteghe artigiane e delle loro famiglie di imprenditori. Penso che la diffusione di documenti e foto storiche per fini pubblicitari e di marketing possa ben rappresentare uno **strumento di invito** a conoscere l'azienda, al di là del luogo fisico, ampliando e superando l'azione coinvolgente data dalle vetrine. Infatti spesso si parla proprio di *vetrine virtuali* create con il sito internet, i social network e portali specifici. In quest'ottica, un archivio digitale e un sito internet che descriva e valorizzi il patrimonio culturale posseduto da un'azienda, fa **emergere il contesto** in cui nasce un progetto, un prodotto e in cui sono cresciuti i nomi dei titolari, spesso legati da vincoli familiari se si parla di piccole-medie imprese. Inoltre, permette di svelare il forte **legame con il territorio** in cui un'azienda si sviluppa. Credo fortemente come l'elemento del territorio, insieme a quello familiare per le piccole-medie imprese, sia parte integrante nella valorizzazione di un archivio d'impresa e pertanto debba essere oggetto, e perchè no l'incipit stesso, di un progetto di *heritage marketing*.

Autorevolezza e stile

Ma veniamo a scoprire usi più particolari del patrimonio storico. Penso per esempio alla possibilità di allestire i locali adibiti all'archivio e alla conservazione di

materiale fotografico per adibirli a **stanza di rappresentanza**. Come una *wunderkammer*, l'archivio diventa la stanza dove accogliere gli ospiti e dove svolgere le riunioni. Mi piace immaginare l'archivio come la stanza più bella che rappresenti l'azienda in tutti i suoi aspetti storici e di contesto con un arredo storico e fotografico che è esso stesso parte integrante del patrimonio. Molte aziende hanno creato in questo modo veri e propri musei d'impresa, modelli d'ispirazione ed esempi di best practice, dalla Birra Peroni a Casa Martini, solo per citarne alcuni.
Le potenzialità di questa visione dell'archivio come stanza e luogo della memoria possono essere sviluppate per diversi spunti di azione. Infatti, la stanza archivio può essere sia quella della semplice sala di consultazione dei documenti storici, sia la sala di rappresentanza, come detto poco fa, ma non solo. Può diventare anche una **zona studio** dove insegnare il know-how aziendale per i nuovi dipendenti, dove svolgere corsi di formazione, corsi di produzione e, perché no, anche luogo dove realizzare workshops e accogliere gruppi di studenti, famiglie, turisti e la cittadinanza più in generale per far scoprire la storia dell'ente.

Questi esempi sono solo accenni che possono anche entrare in relazione tra loro, ossia il riuso del patrimonio storico può avere diversi fini anche con una stessa azione di marketing.
Approfondire questi temi ha il desiderio di sottolineare quanto la scoperta dell'esistenza di un archivio può rappresentare una chance per far diventare il patrimonio storico un *asset* attivo all'interno del budget e del bilancio dell'azienda. Così, seppur può sembrare un'antitesi del concetto di "storico", **l'archivio storico serve sempre** perché ciò che si conserva si riusa... prima o poi!

Hyperborea
TIME IS ON MY SIDE