

La Fabbrica del Libro

Bollettino di storia dell'editoria in Italia

anno V 1/99

Una scelta imprenditoriale: «Il libro per tutti non esiste»
Intervista a Franco Angeli

di *Ada Gigli Marchetti*

D. Cominciamo dalle origini. Quando è nata la Franco Angeli editore e chi l'ha fondata?

R. La casa editrice è nata nel 1955 ed è stata fondata da me. Di fatto però io ho cominciato a dedicarmi all'attività editoriale fin dal 1952, subito dopo essermi laureato alla Bocconi con una tesi in Storia economica con Armando Saponi. A partire da quell'anno ho lavorato con mio padre, Dino, editore fin dal 1929 di una rivista, «Il Consulente delle aziende». Questa rivista è stata molto importante e, soprattutto, innovativa. E spiego perché. Innanzitutto si è rivolta ad un pubblico allora piccolo, ma ben mirato, quello dei dottori commercialisti, allora ai primi passi, e dei dirigenti amministrativi di aziende medio-grandi. In secondo luogo ha trattato con concretezza argomenti sino a quel momento proposti nella «letteratura» del genere in modo alto ed astratto. Un esempio? Invece di pubblicare lunghi articoli a commento delle diverse disposizioni in materia fiscale, di diritto societario, di diritto del lavoro ecc., la rivista si poneva i quesiti che normalmente i clienti sono soliti rivolgere ai loro commercialisti. E dava le risposte.

Da quando è uscito il primo numero, «Il Consulente delle aziende» si è diffuso moltissimo ed è diventato, per lunghi anni, un apprezzato servizio di assistenza e consulenza per tutta una serie di grosse aziende. Tra queste, ad esempio, Mondadori, Pirelli, Montecatini, Edison, ecc. I temi proposti, e trattati, ovviamente erano legati alla mentalità imprenditoriale dell'epoca, anche se non mancavano quelli che, ancor oggi, sono argomenti di grande interesse ed attualità: valga per tutti il problema delle imposte e di come fare a pagarle.

D. Nulla di nuovo dunque sotto il sole. Ma continuiamo: come Franco Angeli si è «emancipato» da Dino Angeli?

FdL

R. Accanto a «Il Consulente delle aziende» io avevo creato un'altra rivista, «L'Azienda moderna». La motivazione di fondo che mi aveva spinto a fondare il nuovo periodico era stata la convinzione che nel nostro paese fosse necessario modificare certi comportamenti delle imprese. Pensare che io allora avessi le idee molto chiare e, soprattutto, che avessi già capito quello che oggi sarebbe successo sarebbe veramente sbagliato e, soprattutto, presuntuoso. Tuttavia l'osservazione e la riflessione su quanto nei primi anni '50 stava accadendo in Italia e non solo in Italia, e sulle nuove correnti di pensiero che allora stavano diffondendosi, mi convinsero che era necessario diffondere tra le imprese italiane una serie di modelli nuovi. Il problema centrale delle imprese allora era quello della razionalizzazione, dell'organizzazione e della creazione di diversi rapporti all'interno delle aziende. Non dimentichiamo che quello era il periodo in cui gli americani attraverso le assegnazioni dei fondi Erp del piano Marshall spingevano le imprese italiane al rinnovo degli impianti e all'adozione di nuovi metodi di organizzazione aziendale. E non dimentichiamo che quello era il periodo in cui andavano diffondendosi i primi studi di psicologia e sociologia del lavoro o, come si diceva allora, industriale.

Espressione delle nuove esigenze e dei mutamenti che allora andavano maturando nel mondo dell'impresa fu un'altra rivista da me edita quando ero ancora con mio padre nel 1955, «Fattore umano». Si trattava di una «rivista di direzione e organizzazione aziendale», «organo ufficiale dell'Associazione italiana dei tecnici dell'addestramento, del Comitato nazionale dell'organizzazione scientifica del lavoro, dell'Istituto di studi sul lavoro e dell'Istituto per l'addestramento nell'industria». Lavorare a «Fattore umano» (io ero membro del Comitato di redazione) è stata per me un'esperienza molto importante, per due ordini di motivi: innanzitutto perché mi ha reso partecipe di quel movimento che ha cercato di lanciare una cultura diversa da quella tradizionale e che aveva caratterizzato l'atteggiamento degli industriali legati al fascismo; in secondo luogo perché mi ha dato l'occasione di conoscere persone di grande valore. Basti pensare ad Angelo Altarelli, che allora era direttore generale del Ministero del lavoro e sotto la cui spinta nacque, tra l'altro, l'Istituto per l'addestramento nell'industria di cui facevano parte tutte le grandi aziende italiane. E basti pensare a Valerio Bona, presidente dell'Unione cristiana imprenditori dirigenti, all'on. Ivan Matteo Lombardo, presidente del Comitato nazionale della produttività, all'on. Achille Marazza, presidente dell'Istituto di studi sul lavoro e anche ad alcuni personaggi mitici, quali, ad esempio, la professoressa di Diritto del lavoro Luisa Riva Sanseverino alla cui scuola sono cresciuti personaggi come Gino Giugni e Giuseppe Pera e da tutti – compresi i professori più importanti – sempre chiamata «la Signora», o al prof. Camillo Pellizzi, uno dei padri della sociologia e psicologia del lavoro, all'epoca direttore della divisione Fattore Umano dell'Agenzia europea della produttività.

D. Ritorniamo all'origine del nostro discorso. Nel 1955 dunque Franco Angeli, dopo l'importante esperienza di «Fattore umano», si è emancipato dal padre Dino ed ha fondato una sua casa editrice. Con quale assetto giuridico e con quali trasformazioni, se, ovviamente, ne ha avute?

R. Mentre mio padre continuava a pubblicare la sua rivista, io ho fondato la Franco Angeli editore, una ditta individuale. Nell'83 la ditta individuale si è trasformata in società. I soci erano, e sono, i membri della mia famiglia. La Franco Angeli insomma è un'impresa familiare...

D. che trae finanziamenti da...

R. ...dal prodotto che commercializza. L'editoria basa la sua prosperità sul prodotto che riesce a diffondere. E si tratta di un prodotto che paga a posteriori con i diritti d'autore. L'editoria insomma non ha bisogno di rilevanti investimenti e non ha un problema di capitali, se non per quanto concerne le librerie. L'editoria, viceversa, ha un solo vero problema, quello di azzeccare i titoli giusti e di mettere insieme un catalogo adeguato.

D. Parliamo allora del tuo catalogo e delle persone che, via via, ti hanno aiutato a costruirlo.

R. Io ho costruito un catalogo rimanendo fedele ad una stessa linea editoriale. Ho infatti sempre cercato di proporre e pubblicare libri che meglio interpretassero le esigenze dei tempi e che fossero sensibili ai cambiamenti e all'evoluzione della società nelle sue molteplici pieghe. La casa editrice, nella sua prima fase, ha prodotto testi strettamente operativi e pratici nel campo della formazione di quelli che allora erano chiamati i «capi intermedi» dell'industria, dei venditori e dei manager, affiancando però da subito testi fondamentali del nascente pensiero organizzativo.

Cito per tutti F.L. Richardson e Ch. R. Walker, *Struttura organizzativa e relazioni industriali*, E.W. Balke, *Uomini e organizzazione. Il processo di fusione*, T.D. Mooney, *Uomini e organizzazione, L'automazione nella società industriale*, una raccolta di due studi del Department of Scientific and Industrial Research inglese e della Yale University, integrati da un'inchiesta sullo sviluppo dell'automazione in Italia a cui avevano partecipato le maggiori aziende (il libro è uscito nel giugno 1957!). Poi, via via ha dato vita ad opere di più ampio respiro scientifico, spaziando dai campi dell'economia a quelli della politica, delle scienze sociali, della psicologia; Il primo libro di sociologia, *Introduzione alla sociologia* di G. Santoro, allievo di Camillo Pellizzi, è uscito sempre nel '56. E per far ciò ho avviato numerose e importanti collane. A metà degli anni Sessanta è nata, ad esempio, la collana di economia che, coordinata da Francesco Indovina, ha visto tra i suoi primi titoli i lavori di personalità quali Angelo Pagani, Prodi e Andreatta. La collana è tuttora in vita.

Alla collana di economia, sempre negli anni Sessanta, hanno fatto seguito a ruota molte altre collane: di sociologia, psicologia, storia, urbanistica, architettura... E anche a queste hanno collaborato personalità di rilievo, spesso non solo come direttori, ma anche come autori: basti pen-

FdL

sare ad Achille Ardigò, Mario Dal Pra, Giuseppe Cataldi, Federico Caffé, Gino Giugni, Tiziano Treu, Guido Baglioni, Marcello Cesa Bianchi, Luigi Frey, Sergio Vaccà, Renato Treves. Insomma, in tutti questi anni, dalla fondazione ad oggi, la casa editrice ha pubblicato più di 15.000 titoli. La nostra collana che forse conosci meglio, la «verde», «Storia/studi e ricerche», diretta da Marino Berengo e Franco Della Peruta, presto festeggerà l'uscita del trecentesimo titolo!

D. Quanti titoli ha oggi il catalogo della Franco Angeli?

R. Oggi abbiamo un catalogo di circa 7.800 titoli. Ogni anno stampiamo circa 650 novità e tutto il resto è ristampa. In più attualmente pubblichiamo 65 riviste.

D. I tuoi libri sono per lo più raccolti in collane. Perché? E, in particolare, che cosa rende fortunata una collana oltre, ovviamente, al fatto di avere al suo interno dei buoni titoli?

R. Sono convinto che la collana dia una maggiore visibilità al libro. È un elemento significativo per il libraio ed è un elemento di riferimento per il lettore. Ciò che rende particolarmente fortunata una collana – e questo è un elemento che ci distingue da molti altri editori – è la qualità e la responsabilizzazione del direttore. Noi abbiamo avuto, ad esempio, direttori di collana come Franco Mattei e Felice Mortillaro.

D. Quali sono le collane che danno maggiori soddisfazioni dal punto di vista economico? Quelle che ti permettono alte tirature? Non credo siano quelle ad alto livello scientifico o culturale.

R. È abbastanza vero anche se ci sono le dovute eccezioni come il libro di Anna Bravo e Daniele Jalla, *La vita offesa*. Tuttavia le collane più fortunate, quelle i cui titoli partono con 3-4.000 copie di tiratura e vengono più volte ristampate, sono quelle che sanno meglio rispondere alle esigenze «spicciole» di un dato pubblico in un dato momento, sono quelle cioè che sanno soddisfare alcuni bisogni immediati della società, in modo semplice e rapido. In fondo lo spirito animatore di queste collane non è molto diverso da quello de «Il Consulente delle aziende».

Un comune mortale vuole sapere come gestire il proprio patrimonio e come intrattenere i rapporti con la propria banca? Pesca un titolo dalla collana «Soldi» e troverà delle risposte. Una casalinga ha problemi di famiglia o di salute? Pesca un titolo dalla collana «Le Comete» e troverà delle risposte: *Per capirsi di più e aiutare chi ci sta accanto*, *Vivere con l'artrite: strategie vincenti per controllare il dolore e rimanere attivi*, *La gelosia tra fratelli e come aiutare i nostri figli ad accettare il nuovo arrivato*, *Vincere la vergogna: come superare la timidezza, l'imbarazzo, rossori e sensi di colpa*, *La menopausa senza paura: come affrontarla e vivere serenamente*. Potrei continuare a lungo.

D. Quali sono i libri che in questo momento stai vendendo di più?

R. *Se mi vuoi bene dimmi di no. Regole e potere positivo per aiutare i figli a crescere* scritto da Giuliana Ukmar, una psicologa molto brava, è arrivato in due anni all'ottava edizione e *Cara TV, con te non ci sto più*

di Mario Lodi, Alberto Pellai e Vera Slepj. Accanto a titoli di più largo interesse come questi, ci sono libri rivolti a pubblici molto definiti: ad esempio *Il marketing sportivo: analisi, strategie, strumenti* di Sergio Cherubini, *Il marketing degli enti locali* di Mauro Cavallone e Luca Colleoni, che incontrano un rilevante successo; infine, le diverse collane che abbiamo aperto da qualche anno nel campo dei servizi sociali, in particolare «L'operatore sociale nella professione. Manuali per il servizio sociale».

D. Mi hai detto che cosa rende fortunata una collana. Adesso vuoi dirmi cosa rende fortunato un editore, ovvero un'azienda editoriale?

R. La fortuna della mia azienda dipende dal fatto che è, se vogliamo usare il gergo aziendale, una *lean organization*, un'azienda piatta.

Mi spiego meglio. La Franco Angeli non è un'azienda piramidale, ovvero con il capo al vertice. La Franco Angeli è un'azienda piatta, dove ognuno è responsabile del suo settore e il controllo viene esercitato da tutti. A Milano la casa editrice impiega una quindicina di persone e otto sono i capi settore. Dall'84 nella sede aperta a Roma ci sono altre sette persone e altri quattro capi settore.

D. Quali sono gli altri punti di forza della casa editrice?

R. Accanto alla casa editrice vera e propria, opera la Gestioni & Partecipazioni, che provvede all'amministrazione e alla distribuzione dei libri. Il che significa che noi non abbiamo magazzino. A partire dalla metà degli anni Sessanta è attiva anche una tipografia, con una decina di persone. E questa ci permette una stampa oculata e ragionata di ogni volume.

D. Se tu dovessi tirare le somme di tutti questi anni di lavoro non potresti non essere molto soddisfatto della tua attività.

Un'azienda moderna, di buone proporzioni, editrice di libri di consumo, ma anche di alta qualità...

R. Sì, il mio lavoro mi ha dato molte soddisfazioni. Nel '72 mi hanno persino dato l'Ambrogino d'oro e l'unica altra persona vivente a cui è stata consegnata in quell'occasione la medaglia d'oro di benemerita del Comune di Milano, oltre a me, è stata Carla Fracci. Scherzo. Certo è che io ho sempre cercato di fare il mio mestiere con molta onestà e con professionalità.

Nella piena convinzione che il libro per tutti non esista, ho cercato di promuovere un'editoria di alto livello, che tenesse conto degli studi più avanzati e delle ricerche più aggiornate. Ma nello stesso tempo ho cercato di fare un'editoria forse meno «alta», ma certo più mirata ai bisogni, anche minuti e contingenti, della società. Qualche volta sono persino riuscito a precorrere i tempi. Grossi errori non credo di averne mai fatti. Nelle mie decisioni ho sempre cercato di seguire un metodo scientifico: ho fatto delle ipotesi, le ho verificate e ho cercato via via di affinarne i risultati. E sono arrivato qui.