

Una crescita costante in Italia, fino a raggiungere i 285 milioni di fatturato, con 1.000 dipendenti e un utile netto di 9 milioni. Poi la proiezione all'estero, dalla Serbia agli Usa, dalla Germania all'Ucraina. Un caso aziendale inconsueto in un settore, quello editoriale, in cui gli sbarramenti linguistici non hanno mai favorito l'internazionalizzazione. Ne ha parlato con **east** lo stesso Sergio Giunti

Giunti, come diventare glocalista con i libri

LEADER GLOCALISTI 2

a cura di Guido Vigna



Sognava, da ragazzo, di fare l'allibratore, bookmaker si dice oggi, ma il destino, che poi nel suo caso è stato interpretato dal babbo al quale la severità non faceva difetto, ha voluto altrimenti. Editore era il padre ed editore doveva essere il figlio ed editore è stato ed è Sergio Giunti. Oggi, a proposito di bookmaker, a furia di scommesse in buona parte vinte, un signor editore. Perché il gruppo Giunti, che è poi una costellazione costituita non soltanto dai libri, può vantare una bella serie di primati che lui Sergio Giunti, classe 1937, racconta con certa noncuranza, da quel

signore che è, sin nell'abbigliamento, appena appena ricercato e con un tocco, lieve lieve, di trascuratezza.

Il gruppo è numero uno in Italia, grazie alla Dami, nell'editoria per i bambini e tra i primi per i ragazzi. È il primo, in virtù dell'acquisizione della Nada, nell'editoria automobilistica. È, incontrastato, al vertice della manualistica e, per la cucina, è addirittura al primo posto in Europa. Qualche mese fa, poi, acquistando il 50% della casa editrice del Touring Club Italiano è salito nei quartieri alti delle pubblicazioni turistiche. Non è finita: Giunti è il gruppo italiano più internazionale che ci sia, perché, di acquisizione in acquisizione, sta mettendo radici un po' in tutto il vecchio continente e anche oltreoceano. E, se si guarda alle librerie, è il primo con le sue, dal bel nome "Giunti al punto". Se ne contavano, all'inizio del 2007, 138 in tutt'Italia, oggi, probabilmente, saranno pure di più e per l'immediato futuro è già definito il piano di invasione dell'Europa dell'est.

Ma, si diceva, Giunti non vuol dire soltanto libri, come racconta Giunti Os, (Os sta per organizzazioni speciali) che è leader in Italia e tra i primi in Europa negli strumenti di valutazione psicologica. E, come racconta Giunti Labs, tra i leader nelle nuove tecnologie educative, con un laboratorio di ricerca che in Europa ha pochi eguali; una sede negli States, a Boston, e altre che s'apriranno in Inghilterra, Germania, Scandinavia, Olanda. Senza dimenticare che Giunti oggi significa anche nomi che hanno scritto la storia della

grande editoria italiana, nomi come Bemporad, Martello, Marzocco. E le Industrie grafiche a Prato, all'avanguardia nella composizione e nella stampa.

Insomma, questo signore vestito da gentiluomo di campagna, che più fiorentino non si può e che risponde al nome di Sergio Giunti, ha una gran bella storia da raccontare.

Partiamo dai sogni giovanili. Proprio vero che da ragazzo voleva fare il boomaker?

Proprio vero. La mia storia scolastica non ha nulla di brillante. In compenso è stata molto veloce. Ho finito il liceo scientifico a diciassette anni. Ero un ragazzo scioperato. Mi piaceva giocare a carte, mi piacevano le corse dei cavalli, il trotto però, soltanto il trotto, mi piaceva scommettere. Avrei scommesso su tutto. E di voglia di studiare non ne avevo. Sicché quando il babbo, era molto severo il mio babbo, mi fece chiedere da un amico di famiglia, uno psicologo, che cosa avrei voluto fare da grande, risposi candido candido "il boomaker", così come lo dico ora. Mi piaceva il rischio e volevo diventarlo ricco alla svelta.

Come andò a finire?

Che mio padre, al quale lo psicologo amico di famiglia aveva raccontato i miei sogni, mi mostrò un giornale dal quale risultava che un editore, Angelo Rizzoli, era tra i primi contribuenti e che, quanto a rischi, il mestiere di editore non era secondo a nessuno. Mi rassegnai.

A che cosa?

A iscrivermi all'università, e poi mi laureai in Scienze Politiche, qui a Firenze, e a prendere la strada del babbo, la strada dell'editoria.

Anche suo padre era figlio d'arte?

No. Renato Giunti, il mio babbo, aveva cominciato come impiegato alla Le Monnier. Nel 1935 era passato alla Bemporad, diventandone amministratore delegato e direttore generale. La Bemporad era stata, nel primo scorcio del Novecento, una grande casa editrice e un'autorità anche sul palcoscenico europeo. Poi era entrata in crisi e con le leggi razziali era anche stata costretta a cambiare nome. Divenne Marzocco. Mio padre l'acquistò, la Marzocco, mi pare nel 1955 o forse nel 1956, rispolverando il nome Bemporad. Ma prima di quest'acquisizione aveva dato vita alla Universitaria editrice.

Che, immagino, stampava soltanto testi universitari...

Non soltanto. La Universitaria editrice ha un posto nella storia del libro perché ha portato la psicologia in Italia.

Morale, quando lei che sognava di fare il boomaker cominciò a lavorare come editore accanto al padre, la Giunti aveva già una certa consistenza.

Il fatturato veniva in gran parte da testi scolastici, però la Giunti aveva in portafoglio una sequenza di grandi nomi dell'editoria. Bemporad, Marzocco, Martello.

Anche Martello?

Anche Martello. L'acquisimmo nel 1970. Nessuno più la ricorda, eppure era una signora casa editrice. Aveva sede a Milano e aveva una collana che luccicava con grandi nomi della narrativa. In catalogo, per dire, c'era Cronin, c'era Hermann Hesse. Comperammo la Martello perché sognavo di affacciarmi, come editore, nella grande letteratura. Purtroppo il sogno svanì alla svelta, non ci riuscì di bloccare in tempo i diritti degli autori Martello, li perdemmo tutti e la Martello restò un bel nome con un bel passato. Una sconfitta. Una sconfitta pesante. E non è l'unica.

Davvero? Racconti.

Penso all'avventura delle riviste. Tra il 1984 e il 1986, mio padre nel frattempo era morto e dal 1980 ero io a guidare la Giunti. Noi avevamo già "Psicologia contemporanea" e "Vita scolastica", riviste che vanno bene, che non danno problemi. Pensi che "Vita scolastica", un quindicinale che si vende soltanto in abbonamento, ha la bellezza di 65.000 abbonati. Queste due riviste, molto di nicchia, non mi bastavano, volevo, sognavo, riviste che facessero cultura, nelle quali scrivessero, e sapessero farsi comprendere da tutti, grandi nomi. Nacquero così "Scienza e dossier", "Musica e dossier", "Storia e dossier", "Arte e dossier", "Medicina e dossier" e chiamai a scrivervi, senta un po' che nomi: Maurizio Calvesi, Romano Vlad, Rita Levi Montalcini, Giorgio Tecce, Jacques Le Goff.

I risultati?

Delle cinque riviste con le quali ero partito con mille ambizioni non resta che "Arte dossier". Sì, è vero, c'è "Archeologia viva", una gran bella pubblicazione, ma non l'ho fondata io, l'ho comperata da un piccolo editore.

Un fallimento...

Diciamo che ho resistito qualche anno, quasi venti con "Storia e dossier", poi di fronte ai pessimi risultati economici, non c'era altra strada che la chiusura.

Non è stato un gran bell'esordio come editore...

Veramente il mio esordio l'avevo fatto, alla fine degli anni Sessanta, con un'altra avventura, e questa è stata felicissima.

Racconti...

Le edizioni di Leonardo. È un'avventura che è durata quasi quarant'anni. C'è un che di grandioso, per la prima volta, tutto Leonardo, l'immenso Leonardo da Vinci, è stato pubblicato in facsimile. E questo l'ha fatto la Giunti.

**Torniamo alle riviste. Parlava di pessimi risultati economici. Vuol dire che in quegli anni è stato costretto a chiudere in rosso.**

Nossignore. Io ho sempre guadagnato, poco magari, ma qualcosa alla fine dell'anno restava. Vede, io non avevo e non ho una famiglia ricca alle spalle e, se non ci sono utili, sul mercato non ci stai, non ti allarghi acquisendo o fondando società. E, infatti, negli anni in cui assistevo al declino delle riviste che avevo tanto sognato, meditavo l'acquisizione della Demetra.

Che era?

Una piccola casa editrice di Verona specializzata in manualistica di buon livello. Aveva proposto librerie completamente nuove, molto più semplici in confronto alle librerie tradizionali o delle grandi catene. La Demetra ci ha cambiato molto.

In che senso?

Nel senso che ci ha regalato un'anima di veri divulgatori. Prima la Giunti faceva libri troppo difficili, con la Demetra siamo diventati più popolari. Noi, qui in Italia, ci trasciniamo da sempre un problema...

Quale?

Come far leggere la gente. Quando ho cominciato a fare l'editore mi dicevano che i frequentatori abituali di librerie, dunque i lettori fissi, erano, in Italia, tra un milione e un milione e mezzo. L'altro giorno ho letto su non so quale quotidiano che la percentuale di italiani che compera libri è del 3 per cento. Se fa i conti si accorgerà che in trenta quarant'anni i lettori in Italia non sono aumentati. E questo che cosa significa? Che c'è qualcosa che non funziona. Se il problema è, e lo è, come far leggere la gente, io credo che ogni sistema sia buono. Intanto, comincio a coltivare i lettori da bambini. Ecco perché ho acquistato la Dami. Se un bambino si annoia con un libro e poi si rifiugia nella televisione o nei videogiochi comettiamo un autentico delitto. Devo dargli libri che non lo annoino perché da grande continui a leggere, e da grande devo dargli libri che siano comprensibili, che lo soddisfino dei soldi spesi. Le nostre librerie hanno alla base questa filosofia. Debbo aggiungere che se Demetra ci ha dato molto, noi abbiamo saputo ricambiare: ne abbiamo alzato il livello. Almeno lo credo.

Con l'acquisizione di Demetra vi siete trovati in possesso di un discreto numero di librerie. Poi avete continuato ad aprirne...

Già, abbiamo continuato ad aprire librerie, seguendo la filosofia Demetra alla quale abbiamo aggiunto la sensibilità dell'editore Giunti. Le nostre vetrine si propongono perlopiù in luoghi di grande passaggio. Stazioni e aeroporti compresi.

Avete continuato anche a comperare case editrici...

Proprio così. O al 100% o al 50 per cento. La Dami, casa editrice per bambini e adolescenti, è tutta nostra. La Nada lo è al 50%, così come la casa editrice del Touring Club. Con queste acquisizioni, il nostro gruppo è il terzo editore italiano, alla pari con Longanesi. Al terzo posto e per giunta a Firenze, dove tutta l'editoria – e qui tra

Ottocento e primi del Novecento c'era una grande editoria – è stata colonizzata. Giunti esclusa, s'intende.

Conquistata l'Italia, avete cominciato a guardare al di là dei confini...

Mettiamola così...

Con quale strategia?

Quando ho cominciato a fare progetti all'estero, mi è venuto spontaneo pensare all'Est europeo.

Ve lo suggerivano le ricerche di mercato?

Non abbiamo fatto ricerche di mercato. Sono partito da una considerazione: nell'Est europeo c'è una popolazione di buon livello culturale, i lettori tradizionalmente sono molti, in compenso, il passato ancora influisce, senza una ben sviluppata organizzazione editoriale. Abbiamo cominciato con la Serbia.

Nomi storici dell'editoria

Bemporad, Marzocco e Martello sono nomi che appartengono alla più nobile editoria italiana e fanno parte del gruppo Giunti. Bemporad è il nome più luccicante. È la casa editrice che successe, nel 1890, a Paggi per la pubblicazione delle *Avventure di Pinocchio* di Collodi, un successo travolgente sin dall'inizio, quando le *Avventure* erano apparse a puntate, nel 1881, sul "Giornale per i bambini", che era arrivato a vendere 25.000 copie per numero, un record che, per quei tempi, aveva dello straordinario. A Collodi, Bemporad aggiunse poi tra gli autori Emilio Salgari e Vamba, autore di un altro classico per ragazzi qual è *Gian Burrasca*, che con la Giunti dovrebbe essere arrivato oggi alla centoventesima edizione. Con le leggi razziali, la Bemporad, da tempo in crisi, fu costretta a cambiare nome, anche se nella proprietà non c'era più alcun ebreo, e divenne Marzocco. Fu poi Renato Giunti, una volta diventato proprietario della Marzocco, a rispolverare il nome di Bemporad. Quanto alla Martello, era stata fondata da un geniale e stravagante milanese. Non durò molti anni, in compenso si fece notare per la raffinatezza e la ricchezza di grandi nomi della letteratura mondiale contemporanea proposti in due collane quali *La Piramide* e *Il Cormorano*.

E in che modo?

Acquisendo il 50% di una piccola casa editrice che, a sua volta, è destinata a svilupparsi, secondo le mie intenzioni, nei Paesi vicini. Siamo in trattative molto avanzate con l'Ungheria e l'Ucraina e da qui potremmo passare in Russia. Altre trattative vicine alla conclusione le stiamo conducendo in Portogallo.

Che libri offrite?

Buona parte del nostro catalogo, dunque: libri per bambini, libri per ragazzi, manualistica. Ovviamente, adattandoci al gusto e alle pensioni locali. In Serbia, però, abbiamo anche fatto incetta di autori della letteratura contemporanea

Quando fate acquisizioni all'estero, i manager che trovate li cambiate?

No. Non lo giudico opportuno. La strategia la decido io, il manager deve realizzarla. Naturalmente controlliamo.

Ha fatto molto, non c'è dubbio. Ma nel cassetto è rimasto qualche sogno?

Ha voglia, un editore non deve mai smettere di sognare. E a me non piace pormi limiti. Voglio poter dire qualcosa con la grande letteratura che ancora mi manca. Intanto in maggio lanceremo la Blu, Biblioteca letteratura universale.

Un pensiero alla Borsa l'ha fatto?

Non ci penso proprio. Abbiamo le risorse per fare da noi. E senza condizionamenti. Vede, io vado fiero della mia casa editrice anche per la sua assoluta indipendenza.

C'è un'altra casa editrice, in Italia, che in questo vi assomiglia?

Mah, non lo so.

I NUMERI DELLA GIUNTI

Anno di nascita:	1841
Fatturato:	Nel 2006, 285,2 milioni di euro
Utile netto:	Intorno ai 9 milioni di euro
Dipendenti:	938
In quali Paesi esteri:	Stati Uniti, Serbia, Svezia, Ungheria, Germania, Olanda, Bulgaria, Inghilterra, Portogallo, Polonia, Ucraina