

Cultura

& Tempo libero

Un figlio d'arte, diremmo oggi. Sbagliando. Siderale la distanza che separa l'editore Franco Angeli dai raccomandati «nepo babies» di oggi. Anche per lui i primi passi ricalcano le orme paterno: stessa laurea in Bocconi, ingresso facilitato nella casa editrice di famiglia. Specializzata in un'unica materia: la consulenza d'azienda. Lì dentro si ferma poco, giusto il tempo di acquisire una formazione: poi lascia. «Era troppo curioso, troppo proiettato in avanti rispetto agli interessi più ristretti di mio nonno», sottolinea la figlia Ilaria Angeli. Così, a 26 anni, si mette in proprio. E in via Senato, nel 1956, fonda la FrancoAngeli Editore. «L'Italia è alle soglie del miracolo economico, ma ci arriva con una cultura d'impresa arretrata. Mio padre intuisce il bisogno delle piccole e medie industrie nostrane di svecchiare i modelli padronali, studia quelli dirigenziali dell'estero e con la sua editoria propone una visione più evoluta del management», spiega l'altro figlio, Stefano Angeli, Ceo insieme alla sorella.

È un segmento di mercato ancora scoperto, che l'editore affianca a marketing, gestione del personale, psicologia del lavoro. Il bersaglio è centrato,

70 candeline per FrancoAngeli



Da sapere

- L'editrice FrancoAngeli fondata a Milano nel 1956 da Franco Angeli compie 70 anni, e si conferma come uno dei principali editori italiani di saggistica accademica, professionale e culturale

- Il catalogo comprende circa 30mila volumi, di oltre 50mila autori, 600 novità l'anno e 80 riviste accademiche

L'editrice milanese, alla terza generazione, festeggia col vento in poppa «Non lavoriamo per creare bestseller ma titoli durevoli nel tempo»

la casa editrice milanese — nel frattempo si è spostata in via Melchiorre Gioia, approderà infine nella sede attuale, in viale Monza — assume la leadership del mercato, coprendo da sola oltre il 50% del settore. Il catalogo raggiunge nel giro di un decennio mille titoli, con una media di ottanta novità l'anno: Franco Angeli pubblica Alfred D. Chandler, il padre degli studi d'impresa; dà spazio alle riflessioni sul management di Peter Drucker, ma accompagna con i suoi testi anche la crescita di nuove figure professionali nel campo del turismo, dell'educazione, di assistenza sociale e non profit. «È un vulcano, sempre pronto a mutare prospettiva, ad evolversi fino a lanciarsi nel mondo accademico, con volu-

mi di sociologia, antropologia, pedagogia, architettura, informatica». Franco Angeli, Ambrogino d'Oro nel 1972, scompare nel 2007: l'allora presidente della Repubblica Giorgio Napolitano invia un messaggio ai familiari, ricordandolo come «editore che con il suo lungo impegno imprenditoriale ha contribuito alla diffusione del sapere e alla modernizzazione del Paese».

In questo faticoso 2026, in cui un'analoga casa editrice, la Hoepli, è stata costretta a chiudere i battenti, la sua casa editrice, oggi con Federica Franco alla terza generazione, compie 70 anni. Celebrazioni? Sobbrie, nello stile meneghino. Ma c'è il ritorno, dopo un trentennio di assenza, al Salone del Libro di Torino. «Viviamo un punto



Nel capannone

Foto di gruppo nel deposito di viale Monza. In primo piano, i ceo Stefano e Ilaria Angeli con la nipote Federica Franco (foto D'Alberto/Lapresse)

di svolta positiva dopo un periodo di contrattura. La saggistica incide al momento per un dieci per cento, vanno bene i settori della manualistica, sia accademica che professionale».

La FrancoAngeli mantiene comunque la curiosità e la varietà degli inizi: dai libri agili sulle tematiche attuali nella collana Orizzonti, ai Semi, per

coltivare conoscenza (quarta ristampa per «L'uomo in cerca di senso» di Viktor Frankl), alle Tracce, sui grandi problemi che stiamo attraversando - «Il mito dell'Intelligenza artificiale» di E.J. Larson; «La trappola dei conflitti intrattabili» di D.Bar-Tal; Lee McIntyr, «Come parlare a chi nega la scienza» di Lee McIntyr —. «Non lavoriamo per creare bestseller, successi destinati a sollevare attenzione, magari anche scalpore, ma con vita breve. Noi, ed è l'insegnamento del nonno, puntiamo ai longseller: una visione a lungo termine, per testi inossidabili da rileggere o riscoprire anche a distanza di tempo», conclude Federica Franco.

Marta Ghezzi
© RIPRODUZIONE RISERVATA