

Franceschi, l'uomo che fa i libri. 200 milioni l'anno

La storia del patrón di Grafica Veneta, che cresce nell'Italia della crisi, stampando giornali, instant book, volumi per tutto il mondo

di Patrizia Piccione

È più facile elencare i paesi e i clienti con cui non lavora (ancora) che snocciolare la corposo lista delle case editrici nei cinque continenti per le quali sforna oltre 200 milioni di copie l'anno. Fabio Franceschi, "l'uomo che fa i libri" e patron della Grafica Veneta, la più grande e importante azienda tipografica in Europa, è riuscito, in barba alla crisi, non solo a non risentire della recessione ma, anzi, a conquistare la palma di azienda con il più alto indice di produttività d'Europa. Dal 2001 a oggi ha infatti aumentato di quasi duecento volte il fatturato, che lo scorso anno ha toccato i 150 milioni di euro. In altri "numeri", che sono un valido indicatore per avere una visione globale dell'azienda, ha fatturato il 3,025 per cento in più, da quando ha assunto il comando dell'allora più che modesto impianto con soli otto dipendenti. Oggi l'azienda del re Mida della carta stampata vanta un complesso produttivo di 100 mila metri quadrati e trecento dipendenti.

Ogni giorno la energeticamente autosufficiente tipografia di Trebaseleghe (Pd) divora 500 tonnellate di carta e stampa in media 40 titoli, per un totale di 200 milioni di copie l'anno. Ogni giorno dall'impresa nelle campagne venete su cui sventta la bandiera con lo stemma del leone di San Marco, escono cinquanta autotreni carichi di libri diretti in Inghilterra, Francia, Russia, Germania, e nel resto d'Europa, e naturalmente verso le regioni del mercato interno. Mentre Stati Uniti, Africa e altre tratte distanti raggiungono le destinazioni in aereo, letteralmente anche dal-



Fabio Franceschi ha pubblicato col giornalista Stefano Lorenzetto "L'Italia che vorrei", storia di un imprenditore di successo e "ricette" per il Paese

la sera alla mattina. Franceschi ha, infatti, inventato l'instant book, vale a dire il libro stampato, rilegato e consegnato in meno di 24 ore, unica tipografia al mondo in grado di fare ciò. Questa eccellenza tutta italiana è riuscita, in altre parole, grazie alla tecnologia e creando una efficientissima divisione H24, a innovare un prodotto, il libro, che in cinque secoli, cioè dai tempi di Gutenberg, era rimasto invariato.

A raccontare l'affascinante percorso di mestiere e di vita dello stampatore-imprenditore a capo della Grafica Veneta, il libro a due voci "L'Italia che vorrei", sottotitolo "Il manifesto civile dell'uomo che fa i libri" di Fabio Franceschi e Stefano Lorenzetto (Gli specchi Marsilio, 176 pagine, 14 eu-

ro), uscito lo scorso 17 settembre, i cui diritti d'autore saranno devoluti all'ong Medici con l'Africa Cuamm. L'intervista-saggio a Franceschi del giornalista Lorenzetto parte dal davvero precoce ingresso nel mondo della stamperia, quando il piccolo Fabio inizia a lavorare a quattro anni sotto il tavolo della cucina, rifilando le righe difettose della linothipe che gli davano il padre Rino e lo zio Sergio. I fratelli Franceschi per uscire da una condizione di estrema povertà avevano messo in piedi in casa una micro tipografia.

L'improvvisa morte del padre nel 1988 vede Fabio costretto a improvvisarsi imprenditore a 19 anni, buttandosi nel lavoro a capofitto, sette giorni su sette, dalle 8 alle 23. Ritmo

stakanovista che segue ancora oggi, con le sole eccezioni di Natale, Pasqua, Capodanno, primo Maggio e Ferragosto. Una lettura avvincente che segue il fil noir dell'inchiostro - 180 tonnellate l'anno - a metà tra racconto d'avventura e trattato sulla new economy, diviso in due parti: la prima, dove racconta gli inizi e l'inarrestabile crescita alla conquista di sempre maggiori, importanti e distanti mercati del globo.

Dopo i numeri ecco un piccolo assaggio di nomi eccellenti tra i clienti della Grafica Veneta, nostrani ed esteri: tutte le case editrici della galassia Rizzoli-Corriere della Sera, tra cui Rizzoli, Marsilio, Bompiani, Adelphi, Sonzogno, nonché quelle targate Mondadori, e praticamente quasi tutti i libri

allegati ai quotidiani italiani. Un mercato, quello degli allegati, che monopolizza anche all'estero: tra i customers il blasonato New York Times, le Monde, Le Figaro, El País, il brasiliano O Globo, il polacco Gazeta Wyborcza, il russo Komsomolskaja Pravda.

La seconda parte del libro è invece una riflessione a voce alta sulla nutrita serie di magagne e criticità dell'Italia, accompagnata da pragmatiche ricette dettate dal buon senso per rimettere in carreggiata il paese. E siccome non ha peli sulla lingua, accompagnata da sferzanti commenti sui protagonisti della mala politica ed economia del Belpaese, da Berlusconi a Monti, passando per Letta, Grillo e il premier Renzi.

Lucy, la Johansson fa boom: 2 millioni di spettatori in sala



Quasi due milioni di euro d'incasso in tre giorni: è successo al botteghino italiano per "Lucy", l'action thriller di Luc Besson con Scarlett Johansson semidea. Il film, uscito nel weekend da Universal, è primo secondo i dati Cinetel. Scarlett, che a novembre compirà 30 anni, da tre settimane è diventata mamma di Rose Doroth (nata il 4 settembre a New York), avuta con il giornalista francese Romain Dauriac. La Johansson è stata un'aliena in "Under the skin", un sistema operativo in "Her" e più volte supereroina. Ora la nuova trasformazione fantasy si deve a Luc Besson, che l'ha resa una sorta di letale semidea, in continua evoluzione, in "Lucy", thriller/action da 40 milioni di dollari, con il premio Oscar Morgan Freeman, Amr Waked e Choi Min-sik. Il film anche in Usa quest'estate ha avuto grande successo.