

UNA "RADIOGRAFIA" DELLA GI.PI.ELLE PUGLIA

La storia, le alterne vicende, l'attuale interessante realtà di una concessionaria storica del mondo radiotelevisivo pugliese, la Gi.Pi.Elle di Emanuele Guglielmi, che ha "in portafoglio" emittenti come Antenna Sud, Telesveva, Kiss Kiss Italia, Ciccioriccio...

Un pubblicitario di razza

Francesco Monteleone
Foto di Ennio Cozzolino

Finalmente. Nella mia quotidiana lotta contro gli acronimi l'ho spuntata. Ci voleva l'ordine del direttore Roffi ("scrivi un servizio sulla Gi.Pi.Elle Puglia!") per poter chiedere a Emanuele Guglielmi la traduzione letterale di una sigla che ha due vocali "i" depistanti. Ma gli acronimi sono milioni nel mondo e ci vorrebbe un sito Internet per tradurli tutti...

Peraltro avremmo scritto questo servizio ad ottobre del millennio trascorso se Guglielmi, al contrario di tutti i nostri intervistati, non si fosse sottratto con delle scuse insignificanti alla conversazione. Temporeggiava, anzi "lepreggiava" di fronte alle richieste di un appuntamento, con un unico scopo svelato alla fine dell'inseguimento. Voleva confermare pubblicamente una buona notizia, lungamente attesa. Antenna Sud ha dunque rinnovato per altri 3 anni l'accordo con la sua concessionaria di pubblicità. Sui motivi del ritardo non si saprà niente di interessante. È la riservatezza dei proprietari, un intruglio di fierezza e caparbieta nel risolvere i contratti, senza latrare al vento. Il diavolo ci aveva sussurrato che Antenna Sud, emittente in pista di decollo (recentemente è anche stata oggetto di un "rimpasto societario" che ha portato Mario Ciancio nella

posizione di protagonista assoluto della situazione, anche per ciò che riguarda la collegata "Gazzetta del Mezzogiorno"), stava per cambiare agenzia, avendone una nello stesso palazzo della "Gazzetta".

La parola a Guglielmi

"Senti, Guglielmi, nel commercio con gli uomini è difficile conservare tutta la dose di purezza che Dio ci dà alla nascita. So che il presidente Edivision Luigi Lobbuono ti considera molto, ma questa volta ti aveva forse già salutato?"

"Lui è un galantuomo, un dirigente giusto e lungimirante, in grado di valutare le potenzialità della nostra organizzazione, abbinata ad un'emittente in forte crescita. Con il Dott. Luigi Lobbuono non ci sono tensioni, anzi lavoriamo in perfetta armonia. Entrambi abbiamo l'obiettivo di dare ad Antenna Sud la posizione che si merita: un posto d'onore in Puglia. Con Gennaro Nunziante, Direttore di rete, di produzione e di palinsesto, e Dionisio Ciccarese, Direttore dell'informazione, ci riusciremo con assoluta certezza".

Insomma la storia ha avuto un lieto fine e, rilasciateci queste dichiarazioni, Guglielmi ha promesso alla sua emittente ammiraglia, per l'anno prossimo, 6 miliardi di fatturato.

Il futuro dietro le spalle

Emanuele Guglielmi iniziò a vendere pubblicità per la Tv locale l'anno della scomparsa di "Carosello", il 1977.

Prima contrattava pubblicità cinematografica con la Opus Proclama. E il cinema è stato capolista nella storia del commercio degli spot; ha avuto in anticipo il colore e insieme il grande pubblico dei consumatori. Si ricorderà che a Parigi già nel 1919 c'era un'impresa chiamata "Publi-Ciné"! Essa dette un grande impulso agli affari dell'industria culturale, emulata in seguito da molte altre società similari...

Il mezzo nuovo

Guglielmi trovò facile ed entusiasmante all'inizio vendere le televisioni libere. Piacevano molto ai clienti locali, i quali si videro ospitati in tutti i nuclei familiari. Certamente fu necessario ottenere la fiducia degli imprenditori con delle doti più umane che altro. Per il denaro tutti sono previdenti o diffidenti e chi conosce il commercio sa che "i buoni consigli danno adito a sospetti, non meno di quelli dannosi".

Il primo contratto pubblicitario Guglielmi lo fece per TeleBari, la

mitica tv cittadina che si dice porti fortuna ai suoi collaboratori. Quando arrivarono i risultati empirici nel consumo, le tariffe per i clienti crebbero e le agenzie diventarono soggetti attivi e organizzati nel mercato.

Verità scientifiche

Nel 1984 si costituì l'Auditel. Finì la guerra degli indici che si era scatenata con la nascita delle Tv private. I dati oggettivi servirono agli stessi investitori pubblicitari per capire quanti soldi spendere su ogni rete. Il meccanismo del costo-contatto fu facilissimo (divido la spesa per il numero degli spettatori sintonizzati nel punto-ora.). Poter offrire dati certi semplificò il lavoro dei pubblicitari. Purtroppo per ottenere un basso costo-contatto si sono sviluppati e conformati gran parte dei palinsesti televisivi, spesso insignificanti, miserevoli.

Bisognerebbe premere con forza per l'indice di gradimento, anche se non si è precisi. Si eviterebbe la mostruosa affermazione di chi dirige la Televisione generalista e qualunque che "per la scelta dei programmi comandano gli ascolti".

Sentimenti...

"Chi trova un amico chiede un prestito" - scriveva il grande Marcello Marchesi, per fustigare una società troppo utilitarista. Guglielmi ha avuto un sincero amico, Pietro Bobbiese, con il quale ha lavorato per molti anni serenamente e unitamente a Carlo Momiigliano (con quel'ultimo fu istituito un altro forte legame) nella FonoVi.Pi. I due talentuosi venditori collaborarono fianco a fianco fino a quando nel 1988 fondarono una loro società, detta appunto Gi.Pi.Elle Puglia, per sfruttare una grossa opportunità ricevuta. Tanzi aveva creato Odeon Tv; in Puglia aveva comprato il 70 cento di Antenna Sud da Romanazzi e Gorjoux. A Pietro Bobbiese dette da gestire la

pubblicità di Telereporter (con la Gi.Pi.Elle "centrale", quella lombarda), a Guglielmi, appunto con Gi.Pi.Elle Puglia, quella di Antenna Sud.

Odeon all'inizio ebbe una programmazione ottima, con buoni testimonial, programmi gradevoli. Chissà di che cosa parleremmo oggi, se una disgrazia non avesse stravolto il futuro della Gi.Pi.Elle.

Morì infatti Bobbiese. Tanti buoni propositi saltarono. Guglielmi perse la più forte sintonia, quella emotiva con il suo indispensabile socio. Dopo qualche sofferto passaggio azionario con i nuovi titolari, Guglielmi ha rilevato tutta l'azienda nel 1998, a dieci anni dalla nascita. Nel frattempo era scomparsa la fortissima presenza precedente (in Radio e Tv) in Lombardia, al contrario di quella in Puglia.

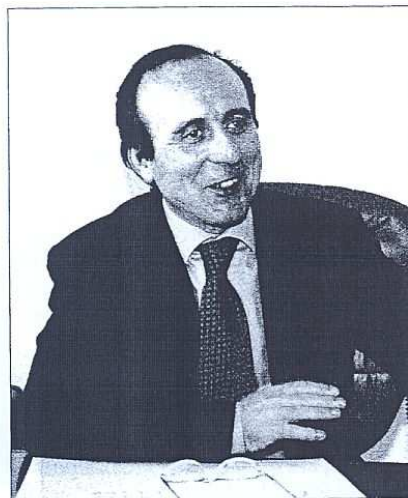
Il personale e la famiglia

Nel 2000 la Gi.Pi.Elle ha fatturato 10 miliardi, ottenuti dalla pubblicità televisiva per il 65%, dalla radiofonica per il 20%, dalla stampa ('Barisera' e 'Leccesera') per il 15%.

Tanta ricchezza ha la sua sorgente nelle risorse umane.

Guglielmi ha:

- 2 responsabili vendita: Vittorio Becchetti, un romanaccio sempre allegro, e Lorenzo Giordano, un uomo gentile ma risoluto. Vendere per loro è come gareggiare alle gare olimpiche. Hanno "ostinatezza" nel sopportare le lunghe attese che il mercato impone con i suoi umori. Hanno abilità nel conoscere ciò che conviene al cliente. Difficilmente non risolvono un problema aziendale e sono sempre in armonia con il capo;
- 9 impiegati, molto premurosi verso i clienti: tra di loro, c'è la sua compagna di vita, Angela, che dirige l'importante settore della programmazione;
- una media di 15 venditori tra Puglia e Basilicata, tutti addestrati ad obbedire all'occasione propizia



Una presenza pubblicitaria di rilievo nell'etere. Emanuele Guglielmi, direttore generale della Gi.Pi.Elle Puglia.

senza che nessuno prevarichi gli altri, pena la disdetta del mandato di agenzia;

- 3 figli (2 maschi e una femmina). Il primogenito sta laureandosi in questa primavera a Roma in "Scienza della Comunicazione". Sono il suo ornamento più grande, anche se non è certo che subentrino nei quadri dirigenti della Società paterna. Guglielmi augura loro di operare con il grosso mercato nazionale, più vantaggioso e redditizio.

I recenti "colpacci"

La Gi.Pi.Elle è la più conveniente alternativa al gruppo Fono Vi.Pi. (che raccoglie per Montrone) in Puglia... Pragmatico nelle sue scelte, Guglielmi quest'anno ha rafforzato il portafoglio mezzi, mettendo a segno due colpacci:

- Teleregione (la vitalissima Tv barlettana dei fratelli Sguera, che dal 1° febbraio è collegata ad Odeon): promette un progetto credibile e buoni programmi in diretta;
- "Ciccio Riccio", fortissima emit-



Finalmente una foto! I venditori e il personale amministrativo di Gi.Pi.Elle Puglia in una inedita foto di gruppo.

tente radiofonica in Puglia per dati d'ascolto.

Inoltre vengono gestiti gli interessi di Levante Tv (la seconda emittente di Edivision, ovvero Antenna Sud, da poco collegata ad Europa 7), TeleBari, la più carismatica nel capoluogo di regione, per la sua lunga storia, TeleBlu, l'operosa tv cittadina foggiana, TeleSveva, che illumina la più doviziosa area industriale regionale, quella tra Bari e Foggia, Canale 8, utilissima perché situata lì dove si sta avendo la più forte rinascita economica, cioè tra Lecce, Brindisi e Taranto. Per le Radio oltre alla new entry "Ciccio Riccio" è altrettanto assorbita l'offerta pubblicitaria:

- Kiss Kiss Italia per la Puglia intera;
- Lattemiele per Bari, Taranto, Foggia e Potenza;
- Radio Venere per Lecce e provincia;
- Radio Erre per Foggia e provincia;
- Bari Canale 100, che festeggia i primi 25 anni di vita a Bari.

La "talentuosa" Antenna Sud

Il fiore all'occhiello della Gi. Pi.Elle è naturalmente Antenna Sud. I conduttori scelti da Gennaro Nun-

ziane sono soddisfacenti, "fruttuosi", con programmi che danno forti ascolti, pubblicità e telepromozioni che stanno facendo smuovere le casse. Mauro Pulpito, Nicoletta Virgintino, Paolo Uzzi e Michele Didone (i due ideatori di "Fuori Sede" hanno intuito anni prima di altri un soggetto vincente, vedi "Via Zanardi 33"), il grandissimo attore di teatro Pinuccio Sinisi, testimonial perfetto del nuovo stile adottato.

Non essendo per vocazione un creativo, bensì un mediatore di contratti, Guglielmi sorride se gli si chiede il palinsesto ideale che vorrebbe imporre alle sue rappresentate. Gli piacciono però espressamente i programmisti-registi con le idee più accattivanti per i target più contesi dalle aziende.

La soddisfazione intima, il gusto del lavoro lo trova nel riuscire a dare la migliore consulenza ai clienti.

La presenza su Internet

"Nazioni senza ricchezza e ricchezza senza nazioni". Non esiste una definizione più precisa per l'attuale economia mondiale. Lo stato hegeliano è una nostalgica organizzazione di popoli, oramai diretti nei biso-

gni, negli interessi, nei doveri e nei sogni stessi dai capitalisti mondiali. Il mercato provinciale, regionale o nazionale sono riserve per cacciatori di ricchezze transnazionali. Internet è il nuovo strumento per espandere gli affari, per sapere tutto e consumare tutto.

Per un pubblicitario è impossibile non dotarsi di una propria organizzazione di esperti navigatori. La Gi.Pi.Elle ha investito risparmi con tempestività. Attualmente è la prima concessionaria di pubblicità su mezzi Internet.

Ha dato da dirigere il settore all'abilissimo Raffaele Moretti, partecipa alla Società "Comma 3", della quale ha in concessione tutti i portali realizzati finora.

Tra questi, 4 vanno opportunamente citati per una evidente qualità che emerge: www.antennasud.com, www.gipielleonline.com (una mega riserva di dati utili per le imprese di Puglia e Basilicata con 30.000 pagine viste ogni giorno) e due idee spiritose molto visitate, www.iosono.com e www.ditelo.com.

Alla fine arriva la foto...

La descrizione della Gi.Pi.Elle finisce qui, con una confidenza. La cosa più difficile da ottenere non sono state le informazioni, perché alla fine è bastato stuzzicare un poco di amor proprio. Introvabili sono state le foto. Una efficiente concessionaria di pubblicità, che ha veicolato i messaggi di centinaia di aziende, a 13 anni dalla fondazione non aveva ancora negli archivi una propria fotografia. O questi venditori sono filosofi che credono nella fugacità del mondo o è, come sempre, la storia del calzolaio che va con le scarpe rotte...

Ma stavolta ho chiamato Ennio Cozzolino. **MC**