

BUSINESSPEOPLE



Le opinioni | Società | Business | People | Marketing | Women | Ambiente | Lifestyle | Vino & Ristoranti | Motori | Hi Tech | Tempo Libero

Tempo Libero | Arte | Musica | Libri | Viaggi | Cinema

Incollati a un sogno

Cristina Penco 17/01/2015 11:05



Mi piace Iscriviti per vedere cosa piace ai tuoi amici.

Dai primi cartoncini promozionali di fine '800 alle mitiche raccolte di calciatori degli anni '60, fino ai protagonisti di fumetti e cartoon in 3D di oggi. Il Museo della figurina di Modena, nato dalla passione di Giuseppe Panini, racconta le origini e l'evoluzione di un genere che continua a entusiasmare estimatori in tutto il mondo



Correva l'anno 1960.

Giuseppe Panini, allora

35enne, gestiva con la famiglia un'edicola in corso Duomo, nel centro di Modena, e da quattro anni aveva fondato, insieme ai fratelli, l'Agenzia Distribuzione Giornali che portava il loro cognome. Fu durante un viaggio a Milano che il creativo imprenditore acquistò una vecchia partita di figurine delle edizioni meneghine Nannina, rimasta invenduta e dedicata alle squadre di calcio. Forse non realizzò subito che quella sarebbe stata la prima pepita di un inestimabile tesoro futuro. La sua idea di impacchettare ex novo le figurine di quel lotto, due per volta, incollandole su una cornicetta rossa, e chiudendole in bustine bianche da 10 lire ciascuna si rivelò vincente: nel giro di un anno i fratelli Panini registrarono tre milioni di pezzi venduti, abbastanza per decidere di realizzare autonomamente analoghe stampe.

Dentro il museo

- [Da Elvis a l'Uomo Ragno](#)
- [Figurine introvabili e le più richieste](#)
- [Modena in bianco e nero](#)
- [Intervista alla curatrice e responsabile](#)

500 mila esemplari in tutto di "meraviglie di carta di piccolo formato" che furono dapprima collocati in uno spazio apposito, all'interno della società Panini, e poi, nel 1992, donati al Comune di Modena. E così, da fine 2006, è la sede di Palazzo Santa Margherita, sempre nel centro della cittadina emiliana, a ospitare più di 2.500 pezzi tratti da quella collezione. Immaginatevi, schierati

Già nel 1961 le vendite erano quintuplicate, arrivando a 15 milioni, e debuttò la prima collezione dal titolo **Calciatori**: un lancio di enorme successo per l'azienda, oggi conosciuta in tutto il mondo proprio per la commercializzazione di sticker adesivi e trading card, circa 25 miliardi di unità circolate fino a oggi. Tuttavia il patrimonio che l'intraprendente editore, scomparso nel 1996, lasciò in dote alla città di Modena non è rappresentato solo dalla florida impresa da lui fondata: appassionato collezionista a sua volta, fin dagli anni '60 curò una raccolta composta da cartoncini patinati, scatole di fiammiferi, bolli chiudilettera, calendarietti, menu, segnaposti, etichette di marchi, negozi e alberghi. Oltre

Per saperne di più

ATTUALITÀ

Calcio da sfogliare, l'album Panini compie 50 anni

ARTE

Figurine leggendarie, Panini 1961-2011. Una storia italiana

FINANZA

Figurine Panini, in corsa i fondi Cvc e Bc Partners

FINANZA

Topolino e non solo, i fumetti Disney alla Panini

VIAGGI

Le bellezze Unesco sulle figurine Panini


SE VUOI AVERE
OGNI GIORNO
LE NOSTRE NEWS
NELLA TUA MAIL BOX

Articoli più letti

Gli Hungry hearts di Saverio Costanzo

CINEMA

David di Donatello, Vicari e Tornatore in pole position

VIAGGI

Paura di volare, tutti i trucchi per... decollare

VIAGGI

La Dolce Vita rinasce a Fiumicino con Alitalia

VIAGGI

Alla scoperta delle più belle città d'Italia con Smartbox

CINEMA

all'interno di un salone d'epoca, sei grandi armadi espositori, concepiti come se fossero dei grandi album da sfogliare grazie ai funzionali sportelli laterali estraibili, ciascuno corrispondente a una sezione del percorso.

La prima è quella de "Gli antecedenti", con incisioni d'epoca, matrici originali e riproduzioni di una serie di immagini a stampa che sono apparse in Europa a partire dal XV secolo, impresse con le tecniche della xilografia e della calcografia. La **seconda tappa** è invece dedicata a un metodo di stampa destinato a rivoluzionare il mondo delle arti grafiche: la cromolitografia, il cui brevetto ufficiale fu depositato a Parigi nel 1837 da Godefroy Engelmann. Un'invenzione che rese possibile la produzione di una grande quantità di immagini a basso costo, ampliando la gamma cromatica fino ad allora disponibile e consentendo una maggiore precisione dei dettagli. Con buone probabilità, le prime figurine di età moderna furono realizzate poco dopo questa scoperta, nella seconda metà del XIX secolo circa, in Francia, ma si diffusero rapidamente, anche grazie alle spinte della nascente rivoluzione industriale: non a caso si trattava di piccole stampe a colori, recanti un messaggio pubblicitario. Generalmente prodotte in serie di sei o di 12, accomunate da uno stesso soggetto, venivano date in omaggio da negozi e grandi magazzini come incentivo all'acquisto.



Uno scorcio del caratteristico allestimento del Museo della figurina: gli espositori sono pensati per ricordare dei grandi album da sfogliare e in totale ospitano più di 2.500 pezzi da collezione

Ma c'è un'azienda che, più di tutte, ha legato il proprio nome alle réclame su cartoncini, la Compagnia Italiana Liebig, lo storico marchio di Milano produttore di dado da brodo ed estratto di carne. Come ricordato nell'allestimento museale, la ditta non produsse solo figurine, ma un'enorme quantità di gadget e di oggetti stampati per rafforzare l'immagine del brand. Furono comunque numerosi i produttori e i venditori che, successivamente, colsero il fascino esercitato dalle immagini a colori, presentate in quelle vesti: iniziarono dunque a utilizzarle anche per impacchettare le loro merci, comunicarne le principali proprietà o semplicemente darle in omaggio al pubblico per fidelizzarlo. Ai primi del '900 circolavano già etichette di ogni genere; fascette di sigari, chiudilettera, scatole di fiammiferi, biglietti da visita iniziano a diventare da scambiare e collezionare, grazie anche ai soggetti popolari raffigurati: accanto ai primi grandi divi del neonato cinema - da Rodolfo Valentino a Greta Garbo - c'erano riferimenti alle vicende politiche dell'epoca, con l'immagine dei grandi dittatori a scopo propagandistico, per non dimenticare le avventurose esplorazioni geografiche di quel periodo. Ed eccoci giunti all'**ultima sezione**, dedicata allo sviluppo della figurina moderna. La Seconda Guerra Mondiale, ancora più della Prima, lasciò l'Italia sofferente e sconfitta, ferita dalla guerra civile oltre che dal conflitto militare con gli stranieri. Il nostro Paese si trovava sì diviso tra due fazioni ostili, ma era soprattutto alla ricerca delle energie per risorgere e pacificarsi.

In questo particolare clima sociale, fu lo sport a fungere da collante: le imprese di Coppi e Bartali nel ciclismo, così come la leggendaria avventura del Grande Torino nel calcio, contribuirono a restituire al nostro popolo la voglia di sognare. Proprio l'entusiasmo agonistico diede slancio alle iniziative di piccole case editrici che, sperimentando nuove formule creative, nel giro di pochi anni lanciano un filone editoriale a sé stante. Tra tutte, si distinse da subito l'azienda dei fratelli modenese, destinata a conquistare un vasto pubblico di appassionati: in primis legati al mondo del pallone, ma anche, successivamente, di altre discipline - per esempio il basket - per non parlare delle serie Tv, dei fumetti e dei cartoon, come accaduto negli ultimi anni, grazie anche a vesti grafiche sempre più curate e innovative, pure in versione tridimensionale. Tanto da fare breccia persino nell'algido cuore del britannico doc Ed Balls, deputato laburista che la scorsa estate, in occasione dei Mondiali in Brasile, ha esortato i suoi connazionali a collezionare le caratteristiche figurine made in Italy, acquistando per sé e i propri figli, almeno una volta nella vita, un album Panini: vero segno distintivo secondo lui di un vero tifoso «proper», davvero «come si deve».

CELEBRITY. ICONE IN FIGURINA

Business People Mi piace

Business People piace a 21.280 persone.

Plug-In sociale di Facebook

Apri alla tua azienda nuove prospettive

Corporate Golden Donor FAI
NOI SOSTENIAMO IL FAI - FONDO AMBIENTE ITALIANO

Marilyn Monroe, Winston Churchill, Che Guevara, Jim Morrison, Albert Einstein, Greta Garbo, Maradona, Michael Jackson, Neil Armstrong, Elvis Presley sono solo alcuni degli oltre cento personaggi famosi della mostra inaugurata presso il museo di Palazzo Santa Margherita lo scorso settembre, in occasione del **Festivalfilosofia** modenese (l'edizione era incentrata sulla gloria).



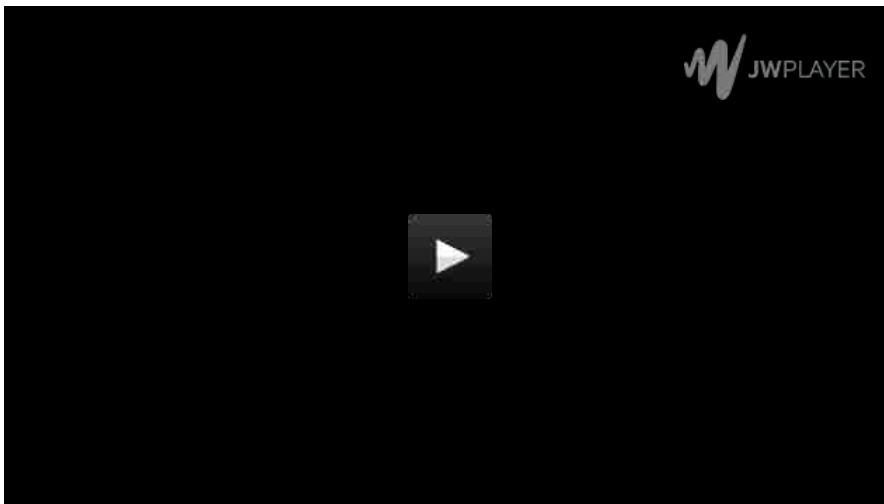
Più di 350 immagini, tratte anche da carte da gioco, sigarette e trade card e calendarietti, passano in rassegna le caratteristiche salienti, le curiosità e le vicende che hanno decretato la popolarità di attori, cantanti, sportivi, scienziati, esploratori, politici e regnanti del XX secolo, con qualche incursione nelle epoche precedenti. **Fino al 22 febbraio.**

A destra: due esempi delle immagini in mostra al museo: una dedicata a Mao Tse-Tung, l'altra a Marilyn Monroe

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Commenti

Se siete iscritti alla community di Business People effettuate il [login](#) per pubblicare un commento. Se non siete iscritti, [registratevi](#) alla community di Business People.



Business People

La rivista
Advertising guide
Le app di Business People Magazine
Contatta Business People Magazine

businesspeople.it

Abbonamenti
Newsletter
Advertising guide
Contatta businesspeople.it
La redazione

Editoriale Duesse

Chi siamo
Le riviste
I nostri siti
Privacy Policy

Editoriale Duesse S.p.A. Via Donatello, 5/B 20131 Milano - PI 12777410155 - N. REA 1584599 - N. Reg. Imp. MI-1999/96457 Capitale sociale € 1.000.000
Iscrizione al Registro Nazionale della Stampa n.9380 del 11/4/2001 ROC n.6794
businesspeople.it è una testata registrata al Tribunale di Milano - Registro Stampa - n.109 del 5/3/2010 - Direttore Responsabile Vito Sinopoli

Copyright © 2014 Editoriale Duesse S.p.a. - Tutti i diritti riservati - Credits: [Macro Web Media](#)

