

Le origini dell'Istituto italiano d'arti grafiche: per un'illustrazione di qualità

In un articolo apparso nel febbraio 1923 sulla «Rivista di Bergamo», Luigi Pelandi, allora responsabile dell'Ufficio editoriale dell'Istituto italiano d'arti grafiche¹, non nascondeva la propria soddisfazione per il fatto che il Touring club italiano avesse definito la casa editrice bergamasca come «il maggiore stabilimento italiano di poligrafia artistica»².

È proprio la poligrafia artistica la principale peculiarità dello stabilimento editoriale fondato a Bergamo nel 1893, com'è evidente dal nome stesso dell'istituto, attentamente studiato e intitolato appunto alle *Arti grafiche*. Negli anni successivi l'IIAG riuscirà ad acquisire una posizione d'eccellenza nelle tecniche della riproduzione a stampa (litografia, cromolitografia, fotolitografia, ecc.), potenziando e valorizzando il ruolo dell'illustrazione nelle sue produzioni editoriali, distinguendosi anche per l'attenta e spesso raffinata cura editoriale con cui venivano realizzati libri e riviste.

Non deve stupire che l'articolo di Pelandi, sopra citato, presenti le caratteristiche industriali e i risultati produttivi dell'IIAG con toni compiaciuti e auto-celebrativi. In primo luogo, infatti, la rivista in cui compare l'articolo era stampata e sostenuta proprio dalla casa editrice bergamasca; in secondo luogo, in esso venivano condensati cinquant'anni di una storia professionale che comprende in sé anche i vent'anni che precedono il 1893, anno effettivo di fondazione dell'IIAG.

Tuttavia, ciò che quell'articolo metteva in luce trova effettivo riscontro nella storia di quei cinquant'anni e nei risultati editoriali, commerciali e culturali conseguiti, richiamandone i momenti essenziali e ricostruendo, in particolare, il ruolo fondamentale di alcune figure (tipografi, intellettuali, finanziatori, ecc.) che, in quel mezzo secolo, avevano contribuito all'affermazione di un'azienda le cui dimensioni e prospettive, nel 1923, potevano apparire difficilmente spiegabili se rapportate alle caratteristiche sociali e culturali e, soprattutto, alle potenzialità commerciali della realtà bergamasca, in cui avevano trovato origine e sviluppo.

Per capire le origini dell'IIAG, determinanti si rivelano gli anni dal 1873 al 1893, che, come detto, costituisce l'anno della fondazione dell'Istituto. È nel

¹ D'ora in poi, l'Istituto italiano d'arti grafiche verrà indicato con l'acronimo IIAG.

² Cfr. L. PELANDI, *L'Istituto Italiano d'Arti Grafiche*, «La Rivista di Bergamo», II (1923), n. 14, pp. 703-16.

FdL

1873 che, a ventiquattro anni, l'intraprendente Paolo Gaffuri, in sodalizio con Raffaele Gatti fonda la società tipografica "Gaffuri e Gatti", rilevando la tipografia Sonzogni di Bergamo alta, in difficoltà finanziarie.

Gaffuri e Gatti avevano lavorato insieme nella tipografia Pagnoncelli di Bergamo, nella quale erano stati impiegati, rispettivamente, come commesso del negozio-libreria il primo e come contabile il secondo. Gaffuri aveva lavorato da Pagnoncelli a partire dal 15 settembre 1861, da quando cioè, dodicenne, era entrato come apprendista: nel 1864 era stato promosso a commesso della libreria con l'incarico di redigerne il catalogo. Egli aveva iniziato una vera e propria formazione da autodidatta studiando sui testi a sua disposizione, in particolare il *Manuel du libraire et de l'amateur de livres* di Jacques Charles Brunet e l'*Encyclopedie Pomba*, oltre che leggendo i testi della libreria Pagnoncelli³.

La Pagnoncelli era una tipografia attiva a Bergamo nell'800 e, come accadeva molto spesso, a Bergamo come in molte altre città, accanto all'attività tipografica e ad una propria attività editoriale, sviluppava anche quella del commercio librario. La commercializzazione di produzioni librerie pubblicate da altri era una necessità, perché integrava e sosteneva un'attività editoriale che, da sola, non sarebbe certo bastata a tenere in vita l'azienda, data l'asfitticità e la dura concorrenza del mercato locale. In quest'ultimo senso va citato il caso degli editori Pagnoncelli e Bolis che tra il 1868 e il 1871 si contesero la stampa dei quotidiani locali e la relativa concessione degli Atti giudiziari.

Il contenzioso finì per indebolire entrambi gli editori e indusse Gaffuri, impiegato appunto presso Pagnoncelli, a guardare altrove per individuare prospettive più sicure per il proprio futuro. La concomitante crisi della tipografia Sonzogni di Bergamo alta, per Gaffuri e il suo collega Gatti, divenne un'occasione per mettersi in proprio.

Anche la crisi di Sonzogni merita un accenno, perché consente di capire alcune dinamiche commerciali del mercato tipografico ed editoriale di realtà locali come quella bergamasca. La vita precaria delle tipografie locali era caratterizzata da un'alternanza di passaggi, scanditi da cessione ad altri tipografi o da successioni ereditarie. Prima di diventare "Gaffuri e Gatti", infatti, la tipografia Sonzogni aveva attraversato varie fasi: nata nel 1804 come tipografia di Ignazio Duci, questi l'aveva ceduta a Luigi Sonzogni, al quale era succeduta la figlia Angela sposata Salvi. Per il sostanziale disinteresse del marito di quest'ultima e per incapacità organizzativa, la tipografia Sonzogni aveva perso, all'inizio degli anni '70, una delle poche commesse sicure: la stampa della modulistica per le amministrazioni locali, attività svolta già durante la dominazione austriaca⁴.

Proprio la stampa della modulistica, invece, venne immediatamente colta come occasione di lavoro dalla tipografia di Pietro Cattaneo, presente a Bergamo dagli anni '50, che pubblicava un giornale locale per conto di Pagnoncelli.

³ G. MANGINI, *L'Istituto Italiano d'Arti Grafiche 1873-1915*, in «*Emporium*» e *L'Istituto Italiano d'Arti Grafiche*, a cura di G. MIRANDOLA, Bergamo, Nuovo Istituto Italiano d'Arti Grafiche, 1985, p. 40.

⁴Ivi, p. 41.

Ai primi di agosto del 1873, Gaffuri e Gatti lasciavano la tipografia Pagnoncelli per acquistare la tipografia Sonzogni. Neanche un mese dopo venivano definite le trattative per la modifica della ragione sociale della “Gaffuri e Gatti”, nata come società in nome collettivo e trasformata in accomandita semplice per l’ingresso di due soci accomandanti: i fratelli Cattaneo, stampatori, e Federico Alborghetti (1825-1887), comproprietario-direttore del giornale «La Provincia-Gazzetta di Bergamo», nel 1877 trasformata definitivamente in «Gazzetta provinciale di Bergamo», organo quotidiano del liberalismo moderato bergamasco. Con l’ingresso dei nuovi soci, il capitale sociale della “Gaffuri e Gatti” veniva subito raddoppiato, passando dalle 16.000 lire iniziali a 32.000 lire. Dal 1° gennaio 1874 il giornale riporta il nome della nuova stamperia⁵.

La nuova azienda definisce subito la propria strategia editoriale e commerciale. Dal punto di vista delle scelte editoriali, le opere stampate nei primi anni sono prevalentemente costituite da studi di impostazione erudita e di argomento letterario, archeologico e artistico, e riflettono chiaramente la fisionomia culturale degli autori, per lo più insegnanti e giornalisti. Si tratta di intellettuali attivi nelle istituzioni culturali cittadine, legati all’esperienza risorgimentale e caratterizzati da un orientamento politico liberale moderato, quasi sempre cattolici, attenti studiosi delle specifiche tradizioni culturali locali, delle quali si fanno nel contempo custodi e interpreti nel contesto postrisorgimentale.

Tra i titoli di questi primi anni si possono ricordare: Pasino Locatelli, *I casi di Bernardo Strozzi: pittore genovese*, 1875, appartenente alla collana “Nuova collezione di novellieri contemporanei”; Antonio Tiraboschi, *Usi pasquali nel Bergamasco*, 1878; Emile Zola, *Il Capitano Burle*, prima traduzione italiana di Augusto Barattani, 1881; Elia Zerbini, *Angelo Mai e Giacomo Leopardi*, 1882.

Tra i testi stampati nel catalogo “Gaffuri e Gatti” figurano anche pubblicazioni d’occasione, come il volume del 1875 dedicato a Gaetano Donizetti e Johann Simon Mayr, tipiche glorie culturali locali da valorizzare nel contesto nazionale⁶.

Per capire il contesto aziendale in cui si collocava l’attività editoriale della “Gaffuri e Gatti”, bisogna ricordare l’esperienza maturata da Pagnoncelli, che aveva fatto capire a Gaffuri un aspetto fondamentale per il suo stesso futuro professionale: l’attività editoriale era possibile solo a condizione di garantire con altre attività produttive e commerciali la sicurezza economica del neonato stabilimento tipografico. Derivava da questa consapevolezza la necessità di individuare sin dall’inizio un settore commerciale dal quale ottenere commesse sicure e nel quale ci fosse carenza di offerta da parte dei concorrenti: il settore fu individuato nella stampa dei calendari.

⁵ Sull’insieme di queste vicende, cfr. il saggio di L. PELANDI, *Paolo Gaffuri. Contributo alla storia di Bergamo 1860-1915*, in «Rivista di Bergamo», X (1931), n. 4, pp. 146-155; inoltre, cfr. dello stesso PELANDI, *Stampa e stampatori bergamaschi*, «Atti dell’Ateneo di Scienze, Lettere ed Arti in Bergamo», XXIX (1955-56), pp. 319-62. Da ultimo, cfr. G. SAVOLDELLI, *Appunti per una storia della stampa a Bergamo*, Bergamo, PAB – Poligrafi Artigiani Bergamaschi, 2006.

⁶ Cfr. F. ALBORGHETTI, M. GALLI, *Gaetano Donizetti e G. Simone Mayr. Notizie e documenti*, Bergamo, Gaffuri e Gatti, 1875.

FdL

Le ragioni principali di questa scelta erano tre. La prima ragione riguarda la politica commerciale della consociata F.lli Cattaneo. Come già accennato in precedenza, la F.lli Cattaneo era uno dei principali fornitori di moduli a stampa per le amministrazioni locali, dalle quali avevano ottenuto, quasi a condizioni di monopolio, anche la concessione della vendita di calendari per il territorio bergamasco. Fino a quel momento, i F.lli Cattaneo avevano provveduto acquistando i calendari sul mercato milanese per poi rivenderli in quello bergamasco, ma Gaffuri, con la nascita della sua tipografia, aveva ottenuto dai consociati F.lli Cattaneo la stampa in proprio dei calendari avvalendosi della litografia. All'epoca dell'entrata in scena della "Gaffuri e Gatti", a Bergamo solo la tipografia Manighetti-Mariani era attrezzata per la stampa litografica, quindi c'erano buone possibilità per trovare spazio in questo settore⁷.

La seconda ragione è connessa al fatto che la pubblicazione dei calendari si inseriva nel più ampio contesto della produzione, sia locale sia nazionale, di almanacchi e calendari. Si trattava di un genere di largo consumo e quindi di sicuro successo commerciale, anche grazie alle potenzialità didattico-divulgative insite in questo tipo di prodotti, come emerge da un accurato studio compiuto sulla realtà bergamasca⁸.

La terza ragione sta nel fatto che alla produzione di calendari ben presto si affiancò la stampa di tappezzerie in carta, stampati per ufficio (block-notes, memorandum, ecc.) e altre tipologie di materiali simili, quali diari, ricettari, blocchi a sfoglio, ecc., e in particolare, dal 1878, i libri da messa e di preghiera, tutti prodotti che richiedevano attenzione anche all'aspetto grafico e decorativo. Ne derivò un successo commerciale assai significativo. Per questo, accanto all'attività editoriale, la produzione tipografica commerciale finì per assumere un ruolo determinante nell'economia aziendale.

Un'ulteriore conferma del buon sviluppo dell'aspetto commerciale dell'attività della "Gaffuri e Gatti" si trova in alcuni documenti conservati nell'*Archivio Paolo Gaffuri*⁹. Dal 1879 l'azienda di Bergamo ebbe il suo primo rappresentante nel vicentino Pietro Robbioni. Al di là del nome, ciò che qui interessa rilevare è proprio il genere di prodotti rappresentati nel suo catalogo: cartoni per fotografi, attestati per scuole, assortimento di colli di bottiglie di vini e liquori, etichette e rubriche per cartoleria, sottomani in carta cerata, bordure in oro, chiaroscuro, a colori, a fiori, cartelli, campioni di fatture e cambiali, ecc.

Questo tipo di mercato consente alla "Gaffuri e Gatti" di affermarsi e ampliarsi, tanto da cambiare la sede e trasferirsi da Bergamo alta a Bergamo bassa, in via Masone, aggiornando i propri impianti, tanto che dal 1880 si sviluppa anche il settore cromolitografico. Il vero obiettivo di Gaffuri è quello di ottenere il successo commerciale attraverso la qualità dei prodotti, compresi quelli editoriali, nei quali, insieme a quello commerciale, sia presente anche un fine

⁷ G. MANGINI, *L'Istituto Italiano d'Arti Grafiche 1873-1915*, cit., p. 43.

⁸ Cfr. P. CARAMANTI, *Gli almanacchi bergamaschi dei secoli XVIII e XIX*, «Bergomum», Bollettino della Civica Biblioteca "A. Mai" di Bergamo, (1988), n. 4, pp. 4-191.

⁹ Cfr. Biblioteca civica di Bergamo (d'ora in avanti BCBg), *Archivio Paolo Gaffuri*, Faldone I, *Metodica I. Varie*, cataloghi commerciali.

estetico-educativo. A questo scopo, accanto a incisori e stampatori tedeschi di cui si era già circondato, Gaffuri chiama a collaborare artisti e illustratori italiani di notevole rilievo, come Gabriele Chiattoni e Cesare Tallone, che all'epoca era direttore dell'Accademia Carrara di Bergamo, o come i pittori bergamaschi Alberto Maironi e Giuseppe Carnelli.

La "Gaffuri e Gatti" diventa azienda all'avanguardia in Italia per la stampa cromolitografica e per il materiale illustrato in genere. Sono suoi, infatti, i primi cartelloni murali per pubblicità italiani: quelli che pubblicizzano i pianoforti Ricordi e Finzi, i panettoni Bai e le Assicurazioni generali di Venezia. Sono della "Gaffuri e Gatti" anche le cromolitografie per il «Giornale per i bambini» uscito a Roma dal 1881 e diretto da Ferdinando Martini.

La qualità dell'illustrazione, dunque, diviene aspetto centrale dell'azienda, tanto da suggerire già nel 1880 a Gaffuri, secondo la successiva testimonianza di Ghisleri che ne aveva visto l'abbozzo tra le carte di Gaffuri¹⁰, l'idea di realizzare una rivista illustrata di arte e letteratura, intitolata «La Cartella», aperta a collaborazioni non legate all'ambito locale. Si tratta di un progetto non realizzato con la "Gaffuri e Gatti", ma che anticipa idealmente la successiva esperienza di «Emporium»¹¹.

Nonostante i successi commerciali, tuttavia, le potenzialità dell'azienda non trovano adeguati supporti dal punto di vista societario, date le difficoltà di gestione e la sproporzione tra gli obiettivi che si volevano raggiungere e i mezzi finanziari a disposizione. Proprio i buoni esiti commerciali iniziali avevano portato la "Gaffuri e Gatti" ad ampliare il capitale immobilizzato negli impianti, assumendosi con ciò un notevole impegno debitorio, non coperto dal capitale sociale, tanto che l'eccessiva esposizione finanziaria nel 1882 determina la crisi dell'azienda. Nel 1883 i consociati F.lli Cattaneo rilevano la società, mantenendo tuttavia, significativamente, il marchio e il nome dei predecessori come segno di continuità per un'azienda che si era fatta apprezzare sul mercato editoriale e tipografico. Nasce così la "Fratelli Cattaneo successi Gaffuri e Gatti"¹².

In questo nuovo assetto aziendale Gaffuri non ha più il ruolo del socio, bensì quello di direttore. La sua era stata una scelta consapevole: in questo modo intendeva svincolarsi dalle questioni amministrative per potersi concentrare su ciò che più gli stava a cuore già dai tempi di Pagnoncelli, realizzare cioè un vero e proprio progetto editoriale. I fratelli Cattaneo però, per parte loro, non facevano mistero del fatto che la nuova azienda, in seguito, sarebbe passata ai nove figli.

Gaffuri sapeva bene che la sua direzione dell'azienda era inevitabilmente provvisoria, e cercava delle vie d'uscita. Il suo vero obiettivo era, in prospettiva, molto ambizioso: quello di svincolare la casa editrice dalla conduzione familiare dei F.lli Cattaneo per fondare una società per azioni anonima, dove i

¹⁰ A. GHISLERI, *In morte di Paolo Gaffuri. Ricordi personali*, in «Emporium», LXXIII (1931), n. 435, p. 189, n. 1.

¹¹ G. MANGINI, *L'Istituto Italiano d'Arti Grafiche 1873-1915*, cit., p. 44.

¹² Ivi, p. 45.

FdL

capitali di finanziatori esterni avrebbero consentito progetti di ben più ampio respiro.

In tal senso, è significativo un documento conservato nell'*Archivio Paolo Gaffuri*, una sorta di lettera-circolare rivolta a potenziali finanziatori, scritta da Gaffuri e Gatti nel maggio 1887. Esso contiene già le premesse progettuali per l'istituzione di quello che, di lì a pochi anni, sarà l'IIAG. In esso, infatti, i due amici si rivolgevano ad eventuali finanziatori per proporre la costituzione di una società per azioni che, su base finanziaria solida, potesse rilevare l'azienda dei F.lli Cattaneo, dar luogo ad un potenziamento dell'attività tipo-litografica e, contemporaneamente, realizzare un più pieno e razionale uso degli impianti anche attraverso una rinnovata e solida produzione editoriale:

Bergamo maggio 1887

L'esperienza da noi acquisita in oltre venticinque anni di esercizio nell'industria – quindici dei quali alla testa di uno stabilimento divenuto dei primissimi del Regno – e la buona reputazione che i nostri nomi associati godono dentro e fuori d'Italia, ci farebbero desiderio ardentissimo di impiantare la nostra azienda sopra base così larga da poter trarre il maggior profitto da tali favorevoli condizioni, senonchè i nostri mezzi sono affatto insufficienti a ciò. Noi saremmo quindi a rivolgerci – con tutta la prudenza necessaria a non crearci dolorosi imbarazzi cogli attuali nostri mandanti e proprietari – a que' Capitalisti ed a quelle facoltose persone della nostra città, che potessero avere fiducia in noi, ed invitarli a consociarsi in una accomandita semplice o per azioni secondo il progetto a piedi, per la fondazione di un importante stabilimento di *Impressioni ed Edizioni*. A parte la questione di fiducia nelle nostre persone, che noi non possiamo né intendiamo toccare, la nostra è proposta di una seria impresa industriale, nella quale il capitale domandato troverebbe impiego sicuro e proporzionatamente assai remunerativo. Il consumo di stampati è oggidì grandissimo e si fa sempre maggiore con lo sviluppo industriale del paese. Rendendosi ognor più indispensabile coll'aumentare dei prodotti, il farli conoscere e raccomandarli all'attenzione del pubblico a mezzo della stampa – La Réclame Industriale-Commerciale, agli editori nazionali ed esteri, offrirebbero per se sole lavoro esuberante alla produttività del fiendo stabilimento – al quale, e per ottenere comparativamente maggiori lucri e per assicurare un andamento costante alla produzione dell'azienda, in quanto i lavori per conto terzi si affollano ordinariamente in determinati periodi dell'anno, diminuendo sensibilmente nel restante – si aggiungerebbero articoli in conto proprio, quali Editori, il cui campo di speculazione è vastissimo, anche limitato ai generi correnti e di maggior consumo¹³.

I F.lli Cattaneo, galvanizzati dal successo commerciale raggiunto e spinti dalla necessità di reggere la concorrenza, continuarono ad ingrandire lo stabilimento, investendo una quantità di capitale superiore alle loro reali disponibilità, senza attuare un piano amministrativo che permettesse loro di tener sotto controllo la situazione economica, ma vivendo piuttosto alla giornata. Gaffuri vedeva chiaramente che tale politica societaria era destinata ad entrare in crisi non appena fosse diminuita la disponibilità del capitale finanziario. In pratica,

¹³ Cfr. BCBg, *Archivio Paolo Gaffuri*, Faldone I, *Metodica 1. Varie*, minuta di lettera, maggio 1887.

l'azienda si trovava nella stessa situazione che, nel 1882, aveva determinato il passaggio dalla "Gaffuri e Gatti" alla società dei F.lli Cattaneo.

A favorire la trasformazione della "F.lli Cattaneo successi Gaffuri e Gatti" in IIAG fu anche la questione della sede. I F.lli Cattaneo avevano una loro propria sede, e non avevano mai voluto accorpate in un unico stabilimento la loro azienda originaria con la ditta che avevano ereditato dalla "Gaffuri e Gatti", la cui sede era nel centro di Bergamo.

Così, quando la "F.lli Cattaneo successi Gaffuri e Gatti", in fase di espansione, si era trovata nella necessità di trovare una sede più adeguata alle proprie necessità, i Fratelli Cattaneo si erano impegnati finanziariamente per acquistare nuovi locali dove trasportare gli impianti. L'amministratore della F.lli Cattaneo, Augusto Coffetti, riuscì a trovare uno stabile occupato da un setificio bergamasco poi fallito. La nuova sede, situata in via S. Lazzaro, era spaziosa e conteneva macchine ed attrezzi per le officine di tipografia, litografia, legatoria, verniciatura, con officine di falegnameria e meccanica. Il personale, tra operai, impiegati e "artisti", comprendeva 350 persone. E così, all'inizio del 1892, «trovato l'edificio, preparato il piano per una metodica suddivisione delle officine, degli *ateliers*, dei reparti, occorreano i capitali sufficienti per dar vita al nuovo organismo, all'Istituto Italiano d'Arti Grafiche»¹⁴.

Tuttavia, proprio l'ampliamento aveva determinato ulteriori esposizioni finanziarie da parte dei Cattaneo, che non erano più in grado di sostenere i debiti contratti con le banche. Per Gaffuri era giunto il momento per realizzare quel passaggio da azienda familiare a società per azioni già ipotizzato nel 1887. Il primo passo in questa direzione furono i contatti intrattenuti da Gaffuri con Lorenzo Limonta, presidente della Banca popolare di Bergamo, che, dal canto suo, sondò accuratamente le reali possibilità di sviluppo della casa editrice. Primo tangibile risultato dell'incontro tra i due fu il fatto che venne subito sospesa la domanda di copertura dei crediti precedentemente avanzata dalla Banca popolare ai F.lli Cattaneo e, anzi, fu concessa una cospicua somma per portare a compimento la produzione di calendari e almanacchi, dal momento che la produzione era ormai giunta al milione di copie annue, considerate anche le esportazioni in America Latina. Da parte loro, i Cattaneo avrebbero dovuto cedere l'azienda alla futura società qualora l'esercizio commerciale fosse risultato in attivo, come Gaffuri sosteneva. I Cattaneo tentarono in tutti i modi, nei mesi successivi, di evitare di dover cedere l'azienda, ma alla fine dovettero desistere.

La costituzione della nuova società, denominata "Istituto italiano d'arti grafiche", divenne ufficiale dal 24 giugno 1893, data del rogito notarile. Tra i fondatori figurano undici nomi, provenienti dal mondo delle professioni di Bergamo e provincia, anche se i soci effettivamente sottoscrittori del capitale sociale iniziale furono solo cinque¹⁵; tra i nomi figuravano naturalmente anche quelli di

¹⁴ L. PELANDI, *Paolo Gaffuri. Contributo alla storia di Bergamo 1860-1915*, cit., p. 154.

¹⁵ G. MANGINI, *L'Istituto Italiano d'Arti Grafiche 1873-1915*, cit., p. 57. I cinque sottoscrittori iniziali furono Agostino Caffi, Roberto Frizzoni, Bortolo Ceresa, Attilio Cassina e Lorenzo Limonta.

FdL

Limonta e Gaffuri, il quale ultimo venne nominato direttore generale. Luigi Caldirola ricoprì la carica di direttore tecnico e Giovanni Cottinelli quella di direttore amministrativo oltre ad esser nominato, poco tempo dopo, anche vicepresidente. Il primo presidente del consiglio d'amministrazione fu lo stesso Limonta, in carica fino alla morte, avvenuta il 15 novembre 1911.

Da questo momento inizia una nuova vicenda per l'istituto editoriale, i cui sviluppi editoriali si intrecciano con l'esperienza della rivista illustrata «Emporium», stampata a partire dal 1895, che si rivelerà, nel lungo termine, uno strumento efficace di propaganda dell'attività editoriale dell'Istituto.

Una prova ulteriore, in tal senso, è costituita dal fatto che, nel 1892, cioè appena un anno prima della fondazione dell'IIAG, l'azienda diretta da Gaffuri aveva assunto la stampa della rivista illustrata «Arte italiana decorativa e industriale» diretta da Camillo Boito. Del resto, l'attenzione all'aspetto artistico era non solo già stata posta pubblicamente con la qualità grafica di moltissimi prodotti della “Gaffuri e Gatti” prima e della “F.lli Cattaneo successi Gaffuri e Gatti” poi, ma reso evidente anche in termini visivi sulla facciata della vecchia sede di via Masone, decorata appositamente per mettere in evidenza proprio le “Arti grafiche”. Ricorda Luigi Pelandi:

Anche la facciata della precedente Sede in via Masone era istoriata in modo da fare intendere che là dentro l'arte della stampa in colore era coltivata e curata. Onde fu dato al complesso organismo, quando dovette assumere l'aspetto commerciale di un'azienda “anonima”, il nome di “Istituto”, perché le istituzioni delle “Arti Grafiche” vi dovevano trovare costante asilo, inserendo il beneficio commerciale e industriale su di un costante progresso tecnico di tutti i rami coltivati. Quello che altrove sarebbe stato superfluo, qui fu sentito indispensabile¹⁶.

ANNA MARTINUCCI
Università degli studi di Milano
anna.martinucci@gmail.com

¹⁶ L. PELANDI, *L'Istituto Italiano d'Arti Grafiche*, cit., p. 708.