

Storia e catalogo La casa editrice che portò la cultura in edicola per la «generazione Carosello», rinnovando libri di scuola e didattica

L'Italia a dispense dei fratelli Fabbri

GIORGIO BOATTI

Sull'incontro, nel nostro Paese, tra una precisa generazione e i libri illustrati e le dispense a colori poco si è detto. Forse il fatto che protagonista di questo incontro sia stata la generazione di *Carosello* ha sovrapposto ricordi e sfumato connotazioni. A rinfrescare opportunamente la memoria provvede il documentatissimo libro che due esperti di storia e di archivistica editoriale, Carlo Carotti e Giacinto Andriani, hanno dedicato, nella bella collana di «Storia dell'editoria» di **Franco Angeli**, a «*La Fabbri dei Fratelli Fabbri*».

In concreto il volume elenca il puntiglioso e vastissimo catalogo della produzione della Fabbri sino a quando, nel 1973, i fratelli Fabbri cedono il controllo all'Iflil di Giovanni Agnelli. Una produzione riassunta in 2700 schede bibliografiche che tirano le fila di 93 collane con centinaia di titoli e 89 opere a dispense, tra le quali *Conoscere* e i *Maestri del colore*, tradotte in decine di lingue e distribuite in tutto il mondo, dove hanno venduto complessivamente centinaia di milioni di fascicoli.

Realizzazioni editoriali che promuovono, al tempo stesso - con le grandi opere a dispense dedicate alla pittura, alla scultura, alla musica - la tradizione artistica dell'Italia e la sua vocazione creativa senza disgiungerle, però, dall'accuratezza produttiva raggiunta in quegli anni dall'industria editoriale del nostro Paese. Un prestigio che viene allora riconosciuto in ogni continente: emblematica è la scelta, da parte degli editori giapponesi dei *Maestri del colore*, una volta constatata l'impossibilità di raggiungere la qualità di stampa offerta dagli italiani, di far imprimere alla Fabbri le riproduzioni delle opere d'arte e quindi di spedire a Tokyo i fogli su cui viene inserito, in ne-

ro, il testo giapponese.

Nell'introduzione al volume - dove compaiono anche le dirette testimonianze di Giovanni e Rino Fabbri, artefici col fratello Dino di un successo editoriale che costituisce un *case history* unico nelle vicende del boom italiano - si spiega anche perché la generazione di *Carosello* sia stata la beneficiaria della «rivoluzione del colore» avviata dai Fabbri.

Quando, a partire dalla metà degli Anni Cinquanta, i baby-boomers italiani approdano ai banchi di scuola, si trovano tra le mani libri di lettura e sussidiari che i loro fratelli maggiori, e ancora di più i loro genitori, non avrebbero mai sognato potessero esistere. Si tratta di volumi assai curati, dai testi piani e semplici, ben lontani dalla retorica che infarciva i testi editi dalla Libreria di Stato e imposti in tutte le classi del Regno per completare la fascistizzazione della scuola e della gioventù italiana. Il Testo unico di lettura imposto a partire dal 1929 era assai poco attraente, non solo per come veniva scritto ma, anche, per la spartana realizzazione. Quelli della Libreria di Stato erano libri rigorosamente in bianco e nero, tranne che per le copertine, e con illustrazioni stantie, incapaci di dialogare con i giovani lettori. Tutto il contrario delle realizzazioni editoriali con cui la Fratelli Fabbri Editori, nella seconda metà degli anni Cinquanta, si conquista rapidamente oltre un terzo di tutta la «scolastica» italiana. Ci riesce proponendo libri di lettura, sussidiari e collane di narrativa e di divulgazione per bambini e ragazzi dove l'ottima cura redazionale, la stampa a colori, la sapiente grafica, i disegni di illustratori destinati a diventare notissimi (tra questi il ticinese Libico Maraja) catturano l'attenzione su ogni pagina.

Protagonisti in Italia della «rivoluzione del colore» nei libri scolastici sono Giovanni,

Dino e Rino Fabbri che, sin

dall'immediato dopoguerra, prima come ESI (Edizioni Stampe Internazionali), poi come Fratelli Fabbri Editori, si sono imposti come protagonisti assoluti di un'innovazione che avrà un peso non indifferente nella modernizzazione della società italiana allora in corso.

Sono loro i primi a introdurre, grazie ad un impianto offset fatto acquistare in Germania allo stampatore milanese Pizzi, i colori nella scolastica. Ma questo è solo l'inizio. Procedono innovando i contenuti grazie alla creazione di collaudate redazioni e attivando un

marketing mai sperimentato nel mondo librario italiano.

I tre fratelli - assai diversi come attitudini e vocazioni culturali - lasceranno così, sino alla fine, un segno importante nell'editoria italiana. Il primogenito, Giovanni, è laureato in medicina. Ha l'ossessione del rigore, una solida visione culturale ed è l'uomo delle vaste strategie. È lui che nel 1954 propone addirittura al ministro dell'istruzione Ermini di rimpiazzare i libri di testo tradizionali con più agili dispense da rifornire, settimana dopo settimana, agli alunni, così da stimolarne la curiosità. Il ministro dirà di no ma da lì, sostenuta da una cura assoluta nel formare redazioni stabili - capaci di far crescere un'ottima

rete di giovani e brillanti collaboratori operanti in ogni settore (e negli elenchi riportati in indice da Carotti e Andriani non sono pochi i nomi di quelli destinati a diventare famosi) - nascerà *Conoscere*.

È la prima enciclopedia che va incontro agli italiani del boom. È divulgativa ma niente affatto banale. Offre illustrazioni curatissime affidate, come già per i testi di divulgazione, a un pool di artisti e grafici selezionati da Dino, assai sensibile al lato creativo e artistico dell'

attività del gruppo editoriale. I 192 fascicoli da 16 pagine ciascuno che alla fine comporranno i venti volumi complessivi di *Conoscere* - 16 di Enciclopedia e 4 di Dizionario Enciclopedico - inizialmente sono distribuiti in edicola e accompagnati da una campagna pubblicitaria che non ha precedenti e che si avvale anche degli spot di *Carosello*.

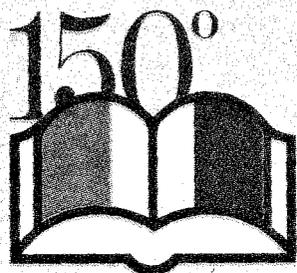
Rino, il più giovane dei fratelli, nel frattempo ha messo a punto quella innovativa macchina da guerra commerciale e distributiva costituita dalla rete dei 90 concessionari e dei promotori che, servendosi anche di pulmini dislocati davanti a fabbriche e stazioni, nei paesi e sulle piazze delle città, portano la vendita porta a porta della Fabbri in ogni angolo della penisola.

La risposta degli italiani all'arrivo in edicola dell'enciclopedia è entusiasmante. Diventa per molte famiglie, e ragazzi, un appuntamento settimanale irrinunciabile. Poi arriveranno altre opere formidabili: tra tutte, da citare, *I Maestri del Colore*, 286 fascicoli costruiti su un immenso lavoro di inquadramento e di documentazione fotografica condotto dai collaboratori della Fratelli Fabbri Editore nelle pinacoteche di tutto il mondo.

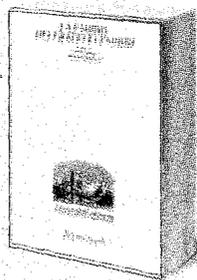
Il tempo è ormai maturo perché i libri incontrino gli italiani anche fuori dalle librerie. I primi a sbarcare in edicola, nella primavera del 1965, sono gli Oscar Mondadori a 350 lire. Ma questa, si sa, è tutta un'altra storia.

*Dall'enciclopedia
«Conoscere»
ai «Maestri del colore»:
rivoluzione grafica
e chiarezza divulgativa*

*Una macchina aziendale
dal marketing in edicola
al «porta a porta»:
una capillare opera
di formazione nazionale*



Libri d'Italia
Per il 2011

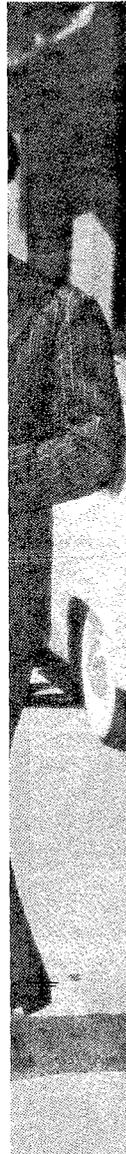
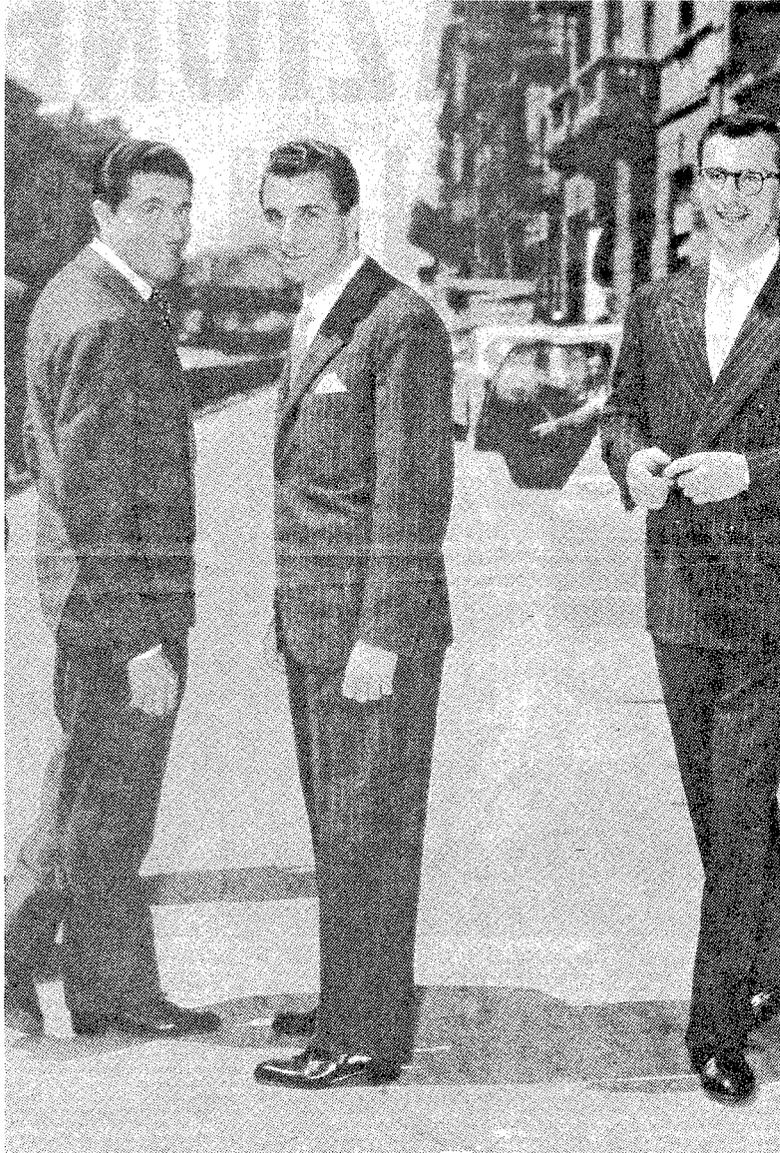


- **LA FABBRI**
- **DEI FRATELLI FABBRI**
- a cura di Carlo Carotti e Giacinto Andriani
- Franco Angeli, pp.488, €40

L'ILLUSTRATORE MARAJA

È forse Libico Maraja (qui sopra), 1912-1983, un ticinese pittore, scenografo e cartoonist (del lungometraggio *La rosa di Bagdad*, 1941), la più celebre delle «matite» geniali reclutate dalla Fabbri. Tra i suoi «illustrati» di maggior successo il *Canto di Natale* di Dickens e il *Pinocchio* (per info: libicomaraja.it). Tra i numerosi altri, Giuseppe Bartoli, Alessandro Biffignardi, Guido De Maria, Ergon, Pikka, Sani.





Da sinistra, Dino, Giovanni e Rino i tre fratelli Fabbri, in una foto Anni Cinquanta. Esempi delle loro opere a dispense: *Conoscere*, *L'enciclopedia della donna*, *I ma*.

Qui sotto tre striae del colore

