



Editoria

La favola dell'editore che ama i bambini e gli animali

di Marina Moiola 19 agosto 2015

Da trent'anni Dario Pizzardi colleziona grandi successi e con la serie "Amici Cucciolotti" è riuscito a divertire milioni di piccoli fan coinvolgendoli in percorsi educativi e anche in progetti di solidarietà sociale a favore dell'Enpa. Adesso, dopo aver venduto tre miliardi di figurine in Italia, si appresta a inondare il resto del mondo con i simpatici personaggi di Nasopoli. La sua storia

È una storia tutta italiana di successo e di passione quella di **Dario Pizzardi**, il vulcanico editore milanese che ha dato vita a un vero miracolo imprenditoriale: gli "Amici Cucciolotti". Dietro al celebre marchio delle "figurine che salvano gli animali" che i bambini e i loro genitori conoscono benissimo c'è un grande sogno: trasformare un prodotto commerciale, un semplice bene di consumo, in "progetto sociale". Dal 2007, grazie al **sodalizio con l'Ente nazionale protezione animali onlus**, l'idea si è concretizzata in iniziative solidali a favore dei piccoli amici a quattro zampe. L'ultima è stata regalare 35 veicoli salvanimali, la più grande squadra di soccorso attrezzata per aiutare i cuccioli di cane e gatto abbandonati e gli animali selvatici feriti. Inoltre, **dal 2007 a oggi, le donazioni dell'editore di figurine di animali all'Enpa hanno superato la quota di due milioni di euro e sono servite per finanziare migliaia di attività: ciotole di cibo, cucce per i rifugi, ambulanze veterinarie, ambulatori, rifugi, adozioni a distanza di cuccioli.** Una originale intuizione di marketing etico che ha portato Pizzardi a investire importanti risorse finanziarie e umane sulla responsabilità sociale. Un altro importante partner con cui l'editore porta avanti da alcuni anni il suo progetto sociale è la **Fondazione Abio**, che si occupa dei bambini ospedalizzati: ogni anno "Amici Cucciolotti" dona migliaia di album e di bustine di figurine ai piccoli ricoverati nelle strutture dove operano i volontari dell'associazione. E grazie alla collaborazione con l'organizzazione umanitaria **Intersos** le sue figurine sono arrivate perfino in mano ai bambini che vivono nei campi profughi in Medio Oriente, per aiutarli a riappropriarsi del loro fondamentale diritto al gioco.



L'editore Dario Pizzardi nel suo ufficio

Seduto nel suo ufficio milanese al settimo piano della Galleria Buenos Ayres (dove le pareti, condizionatori compresi, sono affrescate dai personaggi usciti dalla sua fantasia e tappezzate da quadretti con le letterine di ringraziamento dei bambini), Dario Pizzardi spiega come ha fatto a realizzare il suo grande sogno: «far divertire milioni di bimbi con le nostre collezioni di figurine, che trasmettono valori educativi condivisi e apprezzati da genitori e insegnanti, coinvolgendoli in grandi progetti di solidarietà».

Milanese, classe 1957, racconta la sua vita appassionante e avventurosa cominciando da lontano: «Il pallino dell'editoria l'ho avuto fin da bambino, con il giornalino della scuola che realizzai in prima media, a 11 anni», dice. «La

redazione era nello studio di mio nonno, che era ingegnere e abitava sopra una stamperia. Quando portai il giornalino in classe, però, me lo sequestrarono perché avevo svelato una vicenda che avevo sentito raccontare a casa: il caso di un'amica di mio fratello che all'esame di terza media era riuscita a farsi promuovere grazie alla pelliccia regalata alla maestra. Naturalmente la rivelazione fece scandalo. Io, che da piccolo ero un vero discolo, dopo il sequestro delle copie del giornalino che volevo distribuire ai miei compagni, per protesta mi barricai in classe. Chiamarono i miei genitori e fui espulso dalla scuola».

Dopo aver frequentato la scuola del Conservatorio (suonava il contrabbasso ma fu con un disegno che vinse un premio nazionale) e l'Accademia di Brera, già a 22 anni pensò di mettersi in proprio: «**Ho iniziato realizzando adesivi personalizzati per i negozianti: li disegnavo e giravo porta a porta per piazzarli.** Andavo dal carrozziere, dall'elettricista, nei bar e proponevo loro la fornitura di mille adesivi per 200mila lire. All'inizio era come vendere frigoriferi agli esquimesi, ma poi a poco a poco ho cominciato a raccogliere molti ordini. E quando dovevo stampare gli adesivi inserivo negli spazi vuoti dei fogli anche i disegni di fantasia che piacevano a me: i "Paperotti", gli indiani Navaho o i cantanti». Questi soggetti dalla stampa mi venivano fuori gratis, mi facevo il mio magazzino e andavo in giro a venderli», ricorda.

L'idea vincente fu di stampare gli stickers in formato gigante e di diffonderli in tutta Italia attraverso la rete dei distributori di benzina e dei camionisti: «Andavano a ruba anche perché erano fatti veramente bene, in serigrafia. Erano destinati a durare in eterno. Ancora oggi a volte mi capita di vederli in giro per l'Italia ed è sempre una grande emozione. **Con il papero che fa la pernacchia che disegnai io, il primo della serie, ho fatto di tutto: quaderni, diari, giornalini**».

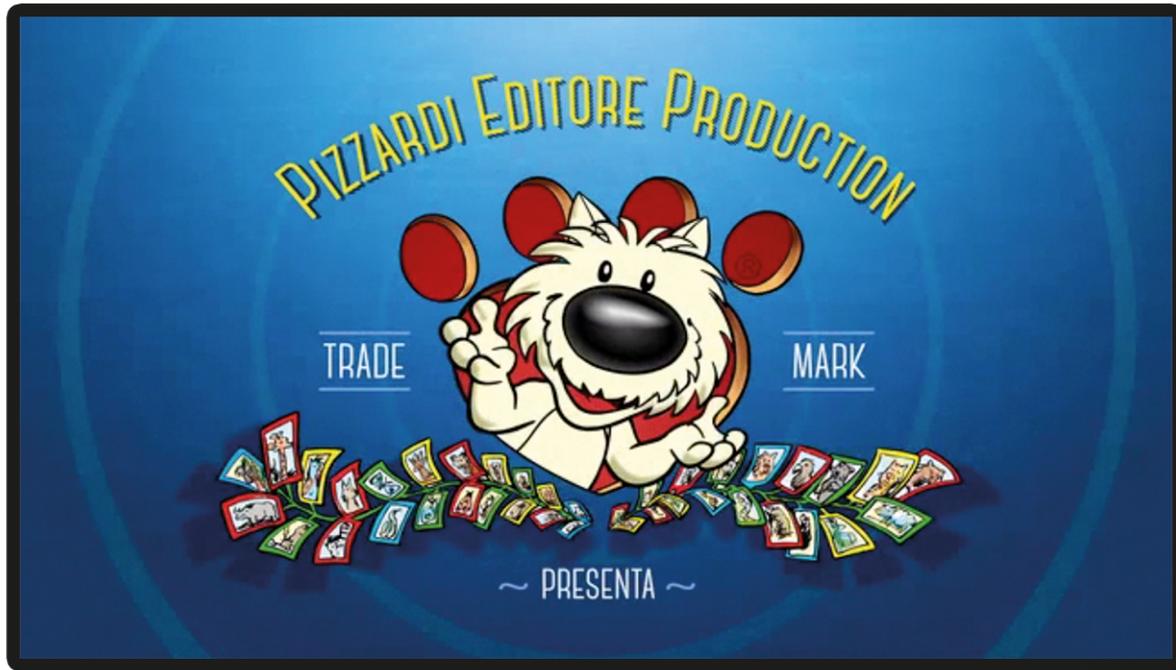


Dario Pizzardi a Milano in Piazza Castello per la consegna dei veicoli all'Enpa

La vera grande svolta, però, arriva nel 1985, quando **Pizzardi coglie la tendenza dei “Paninari” e realizza la sua prima collezione di figurine che in tre mesi vende l’astronomica cifra di 20 milioni di bustine** (a 500 lire l’una). «Quella collezione si vendeva a vagonate, in tutti i negozi di abbigliamento. Non sapevo più come fare a stamparli. Questa fu la prima esperienza di figurine, ma per taluni aspetti fu una fregatura perché se hai un successo così da ragazzino, tutto quello che fai dopo ti sembra una cosa da nulla». E aggiunge: «Allora tutti discutevano delle mie figurine, sociologi, filosofi, editorialisti, discettevano su quel linguaggio giovanile esibito, ora che con i Cucciolotti ho moltiplicato per mille l’impatto e la diffusione e che promuovo temi educativi, nessuno ne parla. Sono i misteri dell’informazione di questo Paese!».

Poi, per Pizzardi arrivano altre collezioni e altri prodotti editoriali come “Squadra Mia”, “Paperotti”, “I Bellissimi” e “American Tattoo”, i primi tatuaggi temporanei realistici, con il marchio Masters. «Dopo i “Paninari” sono andato avanti altri 15 anni. Ne ho fatte di cose, tra alti e bassi. Era un po’ come stare sulle montagne russe», afferma. Ma continuando il suo racconto spiega anche perché a un certo punto della sua vita ha sentito il bisogno di fare uno stop. **«Mi sentivo un enfant prodige, ma poi qualcosa si è rotto.** Per spiegarlo faccio sempre l’esempio di Martin Eden, il personaggio di Jack London. Come lui io pensavo di dovermi confrontare con gente capace, invece mi sono trovato a confrontarmi con il nulla», commenta. «La verità è che ero arrivato alla nausea. Nel 1995, con un’azienda in attivo, che funzionava, per ritrovare la mia libertà mi sono deciso a liquidare tutto al 100 per cento. Le banche mi davano per matto. Poi è seguito un decennio di “anni sabbatici” con momenti anche bui, anche se qualche progetto ho continuato lo stesso a seguirlo insieme al mio stampatore. Ma ci dedicavo poco tempo. Invece ho cominciato a girare il mondo per “capire”. Sono stato a Cuba, ma non a Varadero con i turisti, l’ho percorsa per tre mesi a dorso di asinello, per conoscere davvero come viveva la popolazione». Dopo tanto vagabondare **è stato l’incontro con l’attuale moglie Stefania a dare un’altra svolta alla sua vita:** «Lei ha risvegliato in me l’antica passione», rievoca. «Avevo già fatto quattro collezioni di animali, ma non avevo ancora trovato l’idea giusta. Facendo un giro in tutta Italia dai miei vecchi distributori e rivivendo nei suoi occhi l’entusiasmo, mi è tornata la voglia di ricominciare».

La seconda vita di Dario Pizzardi inizia nel 2005 e nel 2007 il progetto degli “Amici Cucciolotti” prende definitivamente forma. «Con i Cucciolotti di colpo mi è tornata tutta la voglia che avevo da ragazzo. Ho ripreso a fare le bustine a sorpresa, piene di stickers sempre diversi, prismatici, fustellati e di giochi adesivi. Poi mi sono tolto il piacere enorme di creare dei caratteri e una storia. C’è Westie, la megadirettrice di Cucciolotti sul pianeta Terra, e ci sono gli amici Nasoni, che entrano in una porta spazio temporale e si trasferiscono in un pianeta parallelo che è Nasopoli. **I bambini ormai sono pazzi di questi personaggi, disegnati dalla magica matita dell’illustratrice Silvia Mondini, e ci inondano di migliaia di letterine** (che si possono leggere sul sito www.pizzardieditore.com)», aggiunge l’editore. Tutti ricevono una risposta personalizzata. Perché **la soddisfazione più grande per lui è essere riuscito a coinvolgere i bambini in un percorso educativo fatto dal manuale dei Cucciolotti** (zeppo di proposte di disegno, giochi e stickers educativi) **e nel progetto a favore dell’Enpa**, di cui oggi si sentono parte integrante. «I bambini mi danno la carica e io stesso in fondo sono rimasto molto bambino. Il mio piccolo sogno è che attraverso questo progetto contribuirò a far crescere generazioni diverse, un po’ migliori, educate al rispetto della natura. **La difesa degli animali e dell’ambiente responsabilizza il bambino alla difesa della vita in ogni sua forma.** Il mio messaggio in fondo è tutto qua. E questa è anche la favola della mia vita», conclude Dario Pizzardi.



Con l'abilità di un coach, l'editore ha saputo selezionare, orientare e motivare il piccolo team di 12 persone che lavorano con lui, tutte accomunate da grande competenza e grande passione ma anche dalla totale adesione al progetto educativo e sociale di "Amici Cucciolotti", realizzati veramente "col cuore". **Un successo tutto italiano ("100% made in Italy" è scritto su ogni prodotto) che andrebbe premiato**, non solo per i risultati economici, ma soprattutto per il valore educativo. Anche la scelta di sviluppare un prodotto editoriale esclusivamente cartaceo, senza contaminazioni tecnologiche, è risultata vincente. Una strategia che ha restituito alla collezione di figurine l'importante funzione di "gioco sociale" che crea affinità e promuove relazioni tra i bambini e le famiglie in un'epoca in cui i giochi di cortile non esistono più e quelli elettronici creano "amicizie virtuali" costringendo i più piccoli a trascorrere il loro tempo da soli davanti a uno schermo, soggetti a tutti i pericoli del web.

Dal 2007 a oggi l'editore milanese ha prodotto **oltre 23 milioni di album** (distribuiti gratuitamente davanti alle scuole da una rete di 700 collaudati e fidati promoter), **più di 420 milioni di bustine e 3 miliardi di figurine**. L'ultima sfida prenderà il via alla fine di questo mese, quando **le figurine degli "Amici Cucciolotti" sbarcheranno in Germania** (solo qui l'operazione di lancio prevede 2 milioni di copie di album in regalo), **Francia, Spagna e Svizzera**, con l'obiettivo di arrivare presto in moltissimi altri Paesi. Il tutto in collaborazione con il colosso Panini per la produzione e la distribuzione. Colosso che qualche tempo fa provò a comprare Pizzardi editore. Non andò in porto e ora ecco l'unico caso di due competitor in Italia che si sono alleati per andare insieme a conquistare il resto del mondo.

“ Il vostro album 2015 è bellissimo! Giocare con le cartolotte è divertente ma la cosa che mi piace più di tutti è che aiutate gli animali e li curate. Spero che raccogliate abbastanza soldi per comprare 35 autoveicoli salva animali. Non smettete mai di fare questo meraviglioso album! Ho fiducia in voi. Ce la potete fare!