

**La litografia, calcografia, tipografia Armanino – S.A.I.G.A. (II parte):  
la produzione rintracciata***Alice D'Albis*

La storia delle imprese grafiche dispone spesso di una fonte peculiare, ossia i cosiddetti "annali tipografici", quei cataloghi che riportano la descrizione di tutte le edizioni pubblicate da una singola impresa. Nel caso della famiglia Armanino si è però riscontrata la sostanziale impossibilità di individuare l'intera produzione poiché in questo caso essa è stata talmente particolare e varia da rendere incerta la completezza di qualsiasi censimento, sebbene sia stato perseguito ogni ragionevole tentativo per identificare tutto il materiale disponibile. La produzione familiare e industriale degli Armanino infatti affianca alla tradizionale produzione di libri e periodici, oggi facilmente reperibili o individuabili attraverso i servizi bibliografici o catalografici comunemente a disposizione di tutti noi, un'elaborazione e diffusione molto abbondante, tra le altre cose, di cartoline, manifesti, opuscoli pubblicitari, carte da gioco, illustrazioni di scatole per fiammiferi che sono stati identificati seguendo percorsi di ricerca non convenzionali.

La produzione rintracciata, che costituisce una parte significativa della totalità degli stampati, consta, a oggi, di 597 prodotti tipografici. Nella tabella qui di seguito il dettaglio per tipologia.

<b>Tipologie di prodotti rintracciati</b>	<b>Quantità</b>
Monografie	188
Periodici	25
Documenti grafici	148
Manifesti / Lavori per réclame	74
Figurine	23
Materiale cartografico	22
Musica a stampa	18
Cartoline	65
Almanacchi e calendarietti	15
Menù	5
Carte da gioco e tarocchi	9
Fotografie	2
Etichette	2
Scatolette per cerini	Non quantificab.

*Da questi numeri si può dedurre che l'azienda Armanino – S.A.I.G.A., come si è detto, a lato della produzione "classica" di monografie e periodici, che sommati arrivano a 213 prodotti tipografici, ha affiancato una ancora più vasta produzione grafica, per un totale complessivo di oltre 380 articoli diversi, andando così a distinguersi rispetto al panorama di aziende tipografiche a loro contemporanee.*

Dunque, per i motivi citati sopra, in questo articolo concentreremo l'attenzione principalmente su documenti grafici, manifesti/lavori per reclame e figurine, cartoline, almanacchi e calendarietti, menù, carte da gioco e tarocchi, fotografie, etichette e

scatole per cerini, tralasciando dunque la produzione armaniniana più "tradizionale" costituita da monografie, periodici, materiale cartografico e musica a stampa.

## 1. Documenti grafici, manifesti, lavori per réclame e figurine

Si è scelto di raggruppare in un unico capitolo i documenti grafici, i manifesti, i lavori per réclame e le figurine poiché sono accomunati dalla caratteristica di essere fogli sciolti e colorati e in molti casi utilizzati per promuovere un prodotto.

I **documenti grafici** sono disegni e stampe di dimensioni difformi raffiguranti principalmente progetti, personaggi storici, avvenimenti storici o paesaggi e spesso sono realizzati a colori. Gli Armanino con la loro produzione, intrecciano molti avvenimenti politici accaduti: Nicolò visse in anni particolarmente agitati dalle tre guerre d'indipendenza sulle quali pubblica, ovviamente, molte stampe. A titolo esemplificativo si cita la serie di undici cromolitografie "La difesa di Roma nel 1849", in cui vengono rappresentati gli eventi culmine della I guerra d'indipendenza.

I **manifesti** che nacquero in Francia nel corso dell'Ottocento e conquistarono i muri delle grandi città catturando l'attenzione di chi si trovava a passare, si diffusero in Italia qualche anno più tardi grazie alle Officine Grafiche Ricordi di Milano. Con la Prima Guerra Mondiale il manifesto divenne uno strumento bellico d'importanza vitale con appelli per sottoscrivere i prestiti di guerra, per offrire fondi destinati alle necessità belliche e ad opere benefiche di ogni genere.

Gli Armanino per gli anni della Prima Guerra Mondiale, per citare un solo manifesto esemplificativo, nel 1915 stamparono il manifesto litografato bianco, nero e celeste *Principali tipi di dirigibili e aeroplani italiani e stranieri: Austria, Germania, Italia e Triplice Intesa*, edito con la denominazione S.A.I.G.A. prodotto nello stabilimento milanese di Via Paoli, 10 e commissionato dal Touring club italiano. Questo manifesto raffigura aerei e dirigibili "nemici" (Austria e Germania) e "amici" (Italia e Triplice intesa).



Fig. 1: Touring club italiano, *Principali tipi di dirigibili e aeroplani italiani e stranieri: Austria, Germania, Italia e Triplice Intesa*, Milano : S.A.I.G.A., Armanino, 1915. (Biblioteca di Storia moderna e contemporanea di Roma, segnatura: MAN.A.8).

Della terza tipologia di prodotti armaniniani che saranno trattati in questo capitolo, ossia **réclame e figurine**, possiamo dire che il vocabolo più appropriato per indicare le forme di comunicazione persuasiva adottate nell'800 e nel primo '900 è appunto "réclame", termine utilizzato, non solo in Francia, per designare, ancora oggi, le forme pubblicitarie di quel periodo<sup>1</sup>. Particolare tipologia di réclame sono le figurine. Le prime figurine vere e proprie, a colori e destinate a un largo pubblico, nacquero in Francia nella seconda metà dell'800. Il termine figurina indica quelle stampe che hanno una piccola dimensione rettangolare, un titolo, delle didascalie, e sono caratterizzate dalla serialità (6 o 12 pezzi), ovvero la suddivisione degli argomenti in sequenze di immagini numerate che recano un messaggio pubblicitario posto spesso sul verso.

Molte furono le aziende famose, non solo italiane, che si avvalsero della collaborazione della famiglia Armanino per la promozione della loro attività e dei loro prodotti. Si citano tra le altre: la fabbrica d'inchiostri da stampa Lorilleux Ch. & C.a. di Milano, la ditta Migone produttrice dell'acqua anticanizie, la società produttrice di biciclette Pirlot & Frésart Royal Cycle, l'azienda produttrice del tè Idawat, l'azienda Talmone produttrice di cioccolato, i profumieri A. Migone & C., l'azienda francese del caffè-malto Kneipp, l'azienda di Felice Bisleri<sup>2</sup> produttrice di Antagra Bisleri contro la gotta e la diatesi urica, l'azienda Lux perpetua nel campo dell'illuminazione elettrica per le tombe, la ditta di cappelli di G. B. Borsalino fu Lazzaro & C. e l'azienda produttrice l'acqua Nocera-Umbra e Ferro Chinina Bisleri. In particolare l'Armanino, per tutto il periodo di attività, anche con la denominazione di S.A.I.G.A., fu una delle aziende grafiche che contribuì alla promozione ed al successo dell'azienda torinese Talmone specializzata nella produzione di cioccolato, gianduia e cacao<sup>3</sup>. In Italia, la gran parte delle pubblicazioni di figurine promozionali è legata proprio all'industria del cioccolato, in particolar modo quella torinese: Talmone, Caffarel, Venchi, Moriondo e Gariglio. Per promuovere la Talmone, tra il 1883 e il 1905, gli stabilimenti Armanino produssero esemplari della figurina *Ciocolato M. Talmone* [uccellino], un bellissimo cartoncino gofrato, cioè dotato di rilievi, e fustellato a forma di uccellino variopinto che vola tenendo nel becco una scatoletta gialla di cioccolato Talmone.

---

1 Il vocabolo "pubblicità" entrerà nell'uso comune solo nel secondo dopoguerra quando si fecero strada le regole del marketing.

2 Felice Bisleri (Brescia 1851 – San Pellegrino 1921) fu un industriale di vedute geniali, che fondò la ditta "Felice Bisleri e C.", dapprima progettò la preparazione di un ricostituente preparando una miscela di china e di ferro, il "ferro-china Bisleri", che divenne famoso come liquore, poi immise nel commercio l'acqua minerale della fonte Angelica di Nocera Umbra e infine è ricordato anche per la produzione dell'esanofole, un preparato farmaceutico antianofelico che dette buoni risultati e si diffuse anche all'estero. [*Dizionario biografico degli Italiani on line*: <[http://www.treccani.it/enciclopedia/felice-bisleri\\_%28Dizionario-Biografico%29/](http://www.treccani.it/enciclopedia/felice-bisleri_%28Dizionario-Biografico%29/)> (ultima consultazione 04/06/2019)].

3 L'azienda fu fondata da Michele Talmone a Torino nel 1850 e nel giro di pochi anni la cioccolateria, grazie anche all'utilizzo di macchinari a vapore, assunse dimensioni industriali e alla morte di Michele Talmone l'attività fu portata avanti con successo dai cinque figli. Nel 1924 avviene la fusione con le cioccolaterie Moriondo e Gariglio, Fabbriche Riunite Galatine Biscuits e Affini, Dora Biscuit, I.D.E.A. e Ferdinando Bonatti facendo così nascere l'azienda Unica che nel 1934 si fonderà con la Venchi dando origine alla Venchi-Unica.



Fig. 2: *Cioccolato M. Talmone* [uccellino], Genova : Stabilimento litografico Fratelli Armanino, [tra il 1883 e il 1905]. (Foto Alice D'Albis, Museo della Figurina, Fondazione Modena Arti Visive, Fondo Weld, Talmone, da "amorini" a "mani", dal n. 47729 al n. 48023 bis., collocazione: 47745).

La S.A.I.G.A. produsse anche la bellissima e particolarissima pubblicità dell'*Acqua Nocera-Umbra* e *Ferro Chinina Bisleri* che promuove la ditta Felice Bisleri di Milano con una figurina pop-up che si apre e si chiude. Essa rappresentata un uomo e una donna seduti a un tavolino con una bottiglia di acqua Nocera-Umbra e una bottiglia di liquore Ferro Chinina Bisleri. La struttura a pop-up è una trovata pubblicitaria talmente accattivante come stratagemma comunicativo da rendere memorabile la propria pubblicità a tutti i contemporanei.

## **2. Cartoline**

L'invenzione della cartolina postale illustrata viene rivendicata dalla Germania e dalla Francia: i primi affermano che l'inventore sia stato il libraio tedesco Schwarz di Oldenburg che nel 1870 stampò una serie di cartoline con immagini di guerra (era in corso la guerra franco-prussiana); i francesi attribuiscono invece la priorità dell'invenzione al libraio Léon Bernardeau di Sillé-le-Guillaume, che sempre nel 1870 realizzò una cartolina illustrata con trofei d'armi e lo stemma della Bretagna per soddisfare le esigenze dei soldati accampati nelle vicinanze, desiderosi di scrivere alle famiglie.

Gli Armanino furono molto conosciuti in tutta Italia per la produzione di cartoline. Purtroppo per ora si è riusciti a rintracciarne davvero poche rispetto alla sicuramente vastissima produzione dello stabilimento.

Particolare serie di cartoline prodotte a partire dal 1903 dalla famiglia Armanino è la raccolta di 264 cartoline illustrate con la tecnica oleografica in album di 32 x 36 cm dedicata alle effigi miniate dei Pontefici: *Raccolta dei sommi pontefici romani da S. Pietro a Pio X: cartoline postali illustrate su miniature di L. Feroni*. In una pubblicità dello Stabilimento dei Fratelli Armanino, esse vengono definite: “[...] *la più interessante collezione di cartoline in pergamena, oggi in vendita. [...] Sono 264 miniature. L’opera è dedicata a S.S. Pio X ed è stata da Lui benedetta. [...] Le cartoline sono stampate in 5 lingue*”. Le cartoline, per la versione italiana, sono state suddivise in serie: ogni serie è contenuta in un album di carta comprendente ciascuno 12 cartoline. Su tali album si dichiara che l’edizione italiana è stata edita da G. Bomcompagni di Roma.

### **3. Almanacchi e calendarietti**

A partire dagli anni '60-'70 dell'800, grazie allo sviluppo della cromolitografia, si iniziò a diffondere l’uso dei calendarietti profumati e almanacchi, ossia libretti rettangolari inizialmente distribuiti come strumento pubblicitario all’interno dei grandi magazzini e nelle profumerie, poi nei negozi da barbiere e da parrucchiere. Nel caso dei calendarietti da barbiere, essi venivano donati dal barbiere ai suoi clienti affezionati all’interno di piccole buste trasparenti per preservarne il profumo, erano regalati, spesso in cambio di una mancia, in occasione delle festività. La pubblicità del barbiere era aggiuntiva rispetto a quella della ditta produttrice di profumi, il nome del negozio e lo slogan, infatti, erano spesso stampati successivamente in uno spazio predisposto.

I calendarietti e gli almanacchi, compresi quelli degli Armanino, erano solitamente libretti composti da 16-20 pagine a colori impregnate di profumi e tenute assieme da un cordoncino di tessuto, spesso di seta colorata.

Alcuni dei calendarietti stampati dalla famiglia Armanino sono stati promotori di diverse aziende italiane: l’azienda Migone che gli Armanino avevano anche promosso con un manifesto nel 1895 per l’acqua anticanizie, la ditta S. Frecceri produttrice dell’Acqua profumata di Genova, la profumeria Ai Colli Fioriti di Milano, l’azienda delle Scorie Thomas del settore dei concimi chimici e la profumeria Borsari & C. di Parma.

Nella pagina successiva:

Fig. 3: Album in carta contenente le cartoline della 4° serie della *Raccolta dei sommi pontefici romani da S. Pietro a Pio 10°: cartoline postali illustrate su miniature di L. Feroni* (Foto Alice D’Albis, Biblioteca civica Berio di Genova, collocazione: Rari. Misc. A.3.18).

**vedi anche**

Notiziario della Sezione Ligure dell'Associazione Italiana Biblioteche

Vol. 29 N° 1 (2019) - ISSN 2281-0617



Per promuovere la profumeria Ai Colli Fioriti di Milano e in particolare il loro prodotto anticalvizie "Tricofilina", per l'anno 1909 gli Armanino produssero l'almanacco fustellato e profumato alla Bouvardia *Miniature* in cui con colori tenui sono rappresentate donne a mezzobusto con capigliature eleganti e particolari circondate da motivi vegetali.

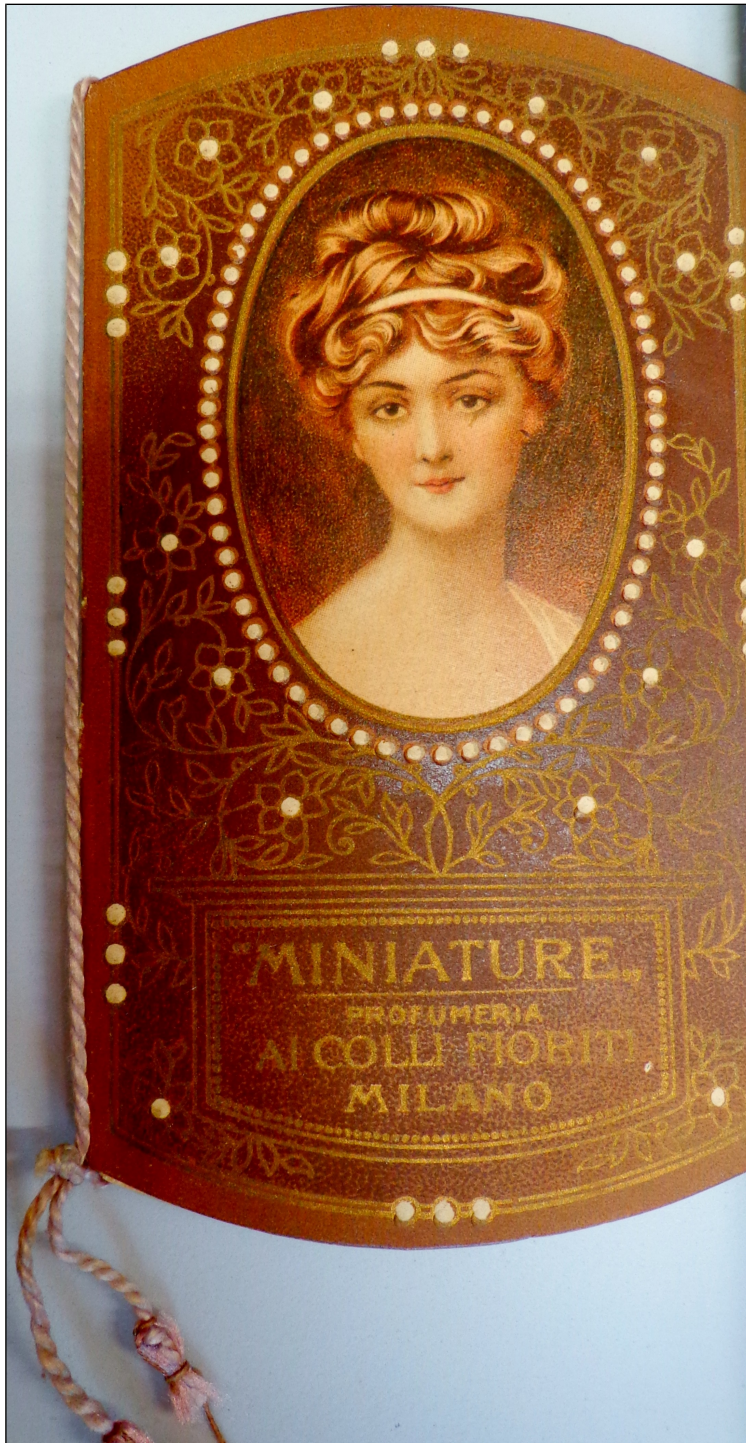


Fig. 4: *Miniature*, Genova : Armanino, 1909, 1 almanacco : cromolitografia ; 11 x 8 cm. (Foto Alice D'Albis, Museo della Figurina, Fondazione Modena Arti Visive, Calendari, raccoglitore n° 1 (dal 1878 al 1910), collocazione: 159 CAL).

*Le muse* sono invece le protagoniste del calendario fustellato prodotto dalla S.A.I.G.A. a Genova per il 1915. Questo calendario, ricchissimo di variazioni di colori,

pubblicizzava la ditta di profumi, lozioni, estratti, dentifrici, brillantine, ciprie, saponi, tinte, creme ecc. Borsari & C. di Parma e veniva dato come omaggio ai clienti dal parrucchiere situato in Piazza San Domenico di Modena Teobaldo Cocchi, per augurare loro buone feste e buon anno. Tale calendario, dotato di segnalibro in stoffa gialla, è costituito da 17 pagine di cui 9 (compresa la copertina) di tavole a colori raffiguranti le muse.



Fig. 5: Le muse, Genova : S.A.I.G.A. Armanino, 1915, 1 calendario : cromolitografia ; 11 x 8 cm. (Foto Alice D'Albis, Museo della Figurina, Fondazione Modena Arti Visive, Calendari, raccoglitore n° 2 (dal 1911 al 1924), collocazione: 214 CAL).

#### 4. Menù

Il menù, come lo conosciamo noi oggi, costituito da un cartoncino singolo o da un fascicolo, nacque intorno al 1810 in un momento di cambiamento delle abitudini conviviali che rivoluzionò il modo di stare a tavola: il passaggio dal banchetto "alla francese" o "all'italiana" caratterizzato dalla presenza sul tavolo di tutte le portate disponibili simultaneamente, al banchetto "alla russa"<sup>4</sup>, dove ogni pietanza viene servita una dopo l'altra in porzioni e portata dai camerieri. Con il pratico banchetto "alla russa", che soppianderà definitivamente le antiche usanze dopo la metà del XIX secolo, il menù diventa dunque fondamentale sia come programma per sapere quali saranno state le portate successive, sia come "foglio d'ordini" per la cucina. Il menù ha avuto da subito un importante ruolo di comunicazione per le marche di

<sup>4</sup> Il nuovo metodo di cenare viene definito "alla russa" poiché si pensa che l'inventore di questa nuova abitudine sia stato il principe Aleksander Borisovic Kurakin, ambasciatore a Parigi dello zar Alessandro I.



prodotti alimentari o per i ristoranti o per speciali occasioni di promozione. Esso era generalmente in cartoncino rettangolare, solitamente impresso a colori per attirare maggiormente l'attenzione, con immagini curiose e accattivanti, vedute turistiche o vignette umoristiche e doveva contenere il luogo, la data dell'occasione e le portate, che erano successivamente stampate o scritte a mano o con la macchina da scrivere dai proprietari del locale in un ampio spazio lasciato bianco.

Anche per quanto concerne la produzione armaniniana dei menù, difficilissimo è reperire testimonianza di ciascun pezzo da loro stampato, sia a causa dell'utilità temporanea dei menù stessi, sia per la frequente assenza di indicazione dello stabilimento tipografico di appartenenza.

Uno dei menù rintracciati è il coloratissimo menù *"La Veloce" Navigazione italiana a vapore* stampato nel 1909. Questo menù consta di due facciate: il fronte, di gusto liberty, è realizzato con la tecnica della stampa cromolitografica e raffigura, in primo piano, una vela bianca per l'inserimento a mano del menu giornaliero affiancata da uno sventolio di bandiere internazionali di grande effetto, mentre in secondo piano vi è rappresentata la veduta del porto di Genova, sede della compagnia "La Veloce" e, sull'orizzonte, la silhouette della nave da crociera, sul retro è elencata la lista dei passeggeri imbarcati sul vapore "Savoia" e diretti in Spagna il 9 maggio 1909.



Fig. 6: *"La Veloce" Navigazione italiana a vapore. Società anonima capitale emesso e versato L. 11,000,000 Sede in Genova, Genova : Litografia S.A.I.G.A. Armanino, 1909. (Biblioteca Gastronomica dell'Accademia Barilla di Parma, collocazione: A.641.55, inventario: 3810).*

## 5. Carte da gioco e tarocchi

Il nome Armanino, a livello popolare, è comunque ricordato per le carte da gioco, create tanto accuratamente, che venivano esportate e diffuse in tutta Europa nei primi anni del XX secolo.

Si citano alcune serie di mazzi della ditta Armanino a titolo esemplificativo. Nel 1884 lo stabilimento Armanino stampò le carte da gioco *Genovesi* e nel 1885 quelle *Romagnole*, mazzi composti da 40 carte ciascuno con dimensioni di 5 x 8 cm. Nel 1887 uscirono invece le *Trevigiane*, 52 carte per mazzo con dimensioni 5 x 10 cm e nel 1890 le *Carte italiane*.

Nel 1901 poi i Fratelli Armanino stamparono un singolare mazzo di carte dedicato al gioco del *Mercante in fiera*, particolare gioco in cui ogni confezione è composta da due mazzi con 40 diverse illustrazioni, per un totale di 80 carte; i soggetti nei due mazzi sono gli stessi, ma i dorsi hanno diverso colore.

Nel 1886 produssero anche carte per i tarocchi; la loro produzione è una variante litografica a colori dei Tarocchi Soprafino del produttore di tarocchi milanese Carlo Della Rocca del 1835. Le figure sono tagliate a metà e disposte come se si riflettessero in uno specchio creando uno stile che agevola il gioco delle carte che restano facilmente visibili anche senza necessità di girare il mazzo; inoltre vengono inserite delle didascalie, in italiano, lungo il lato del soggetto per aiutare la comprensione dell'immagine raffigurata. Queste carte sono contenute in un astuccio di legno con il coperchio dipinto a mano accompagnato da un libretto di istruzioni in quattro lingue: francese, inglese, spagnolo e portoghese.

## 6. Fotografie

Gli Armanino nel loro stabilimento avevano anche un gabinetto fotografico, il più grande in Italia al momento della fondazione della S.A.I.G.A. e uno tra i maggiori tra quelli esteri, provvisto di tutti i sistemi professionali e all'epoca moderni per la produzione di fotografie; nel 1905 producevano fotografie al platino a carta continua e possedevano una macchina per lo sviluppo e l'asciugatura delle fotografie lunga 33 metri.

Si è venuti a conoscenza di sole due loro fotografie: una foto della statua del *David* che suona la cetra situata presso la Galleria di Palazzo Bianco di Genova fatta da Carlo Filippo Chiaffarino<sup>5</sup> e quindi databile al periodo prima del 1884, anno di morte del Chiaffarino e *Portantina nobile genovese del sec. XVIII (Luigi XVI)* sviluppata dai Fratelli Armanino e quindi databile tra il 1883 e il 1905. Entrambe le fotografie sono attualmente conservate presso l'Archivio fotografico del Comune di Genova.

## 7. Etichette

L'etichetta è un talloncino cartaceo scritto o stampato, prodotto in varie forme e dimensioni, usato per identificare oggetti nel loro trasporto e il loro contenuto.

---

<sup>5</sup> Carlo Filippo Chiaffarino (Genova 1856 – Apparizione 1884) fu uno scultore allievo dell'Accademia Ligustica di Belle Arti di Genova che lavorò dapprima a Roma, poi nel 1876 decorò di un bassorilievo a stucco la facciata parrocchiale di Zoagli; nel 1877 modellò il bassorilievo *Gladiatori alla Meta sudante*, e per la basilica dell'Immacolata cinque statue: i profeti Isaia ed Ezechiele e i Santi Bernardo, Bonaventura, Alfonso de' Liguori. Per l'ospedale di Zoagli nel 1881 eseguì il *duca Canevari* e per la Biblioteca Vaticana il *David* (riproduzione alla civica galleria d'arte moderna di Genova) e il bassorilievo *Il trasporto della Madonna di Cimabue*. [Enciclopedia Italiana Treccani on line: <[http://www.treccani.it/enciclopedia/carlo-filippo-chiaffarino\\_\(Enciclopedia-Italiana\)/](http://www.treccani.it/enciclopedia/carlo-filippo-chiaffarino_(Enciclopedia-Italiana)/)> (ultima consultazione 04/06/2019)].

L'impiego della carta autoadesiva ha consentito di utilizzare le etichette anche come messaggi promozionali.

Gli Armanino ne produssero di tutte le forme, di tutte le dimensioni; in nero, in oro, in cromo, per qualsiasi uso, ma vista la funzione delle etichette spesso non riportano il nome della ditta che le ha stampate e quindi per questo motivo è stato difficile rintracciare esemplari armaniniani. Se n'è trovata testimonianza solo di due: la pubblicità *Antica fabbrica di maglie d'ogni genere - Corpetti, calze, mutande, sottane ecc. Raffaele Traverso di Giuseppe, Genova. Via Canneto il Lungo, n.17, piano 2° vicino alla Piazza san Lorenzo* che è databile al periodo tra il 1883 e il 1905 e l'etichetta del *Liquore Garibaldi della fabbrica Malfettani & C.*, etichetta a colori, di 11 x 11 cm. raffigurante Giuseppe Garibaldi con la camicia rossa.

## 8. Scatole per cerini

Un'altra caratteristica attività armaniniana fu quella delle piccole vignette colorate in cromolitografia poste sulle scatole dei cerini che resero celebre la ditta in tutta Italia. I produttori di fiammiferi si preoccuparono fin da subito di occupare lo spazio dell'involucro esterno della scatoletta cartonata. Le scatole dei fiammiferi sono state infatti uno dei prodotti che maggiormente hanno fatto propria la stampa cromolitografica, sia per auto-pubblicizzarsi che per rendere più accattivanti le proprie confezioni.

Nell'arte della decorazione di queste piccole scatole si distinsero gli stabilimenti Doyen e Salussolia a Torino, i Fratelli Tensi a Milano, Draghi a Venezia, Palagi e Pellas a Firenze, ma lo stabilimento Armanino di Genova è stato quello che ha lavorato di più in questo campo.

Le scatolette per fiammiferi degli Armanino, che presentano da un lato la modesta scritta "*Litografia Armanino - Genova*" e spesso un bordo dorato o di color rosso, si ipotizza uscissero a miliardi dal loro stabilimento, dato che oltre a fornire quasi tutti i fabbricanti di fiammiferi d'Italia (sono state rintracciate scatolette delle ditte Baschiera & C. di Venezia, Giacomo De Medici di Milano, Dellachà di Moncalieri, della ditta Fabbriche riunite di fiammiferi di Milano e della ditta La Favorita) fornivano anche gran parte della Spagna, le Roche di Parigi (molte delle scatolette rintracciate infatti hanno le didascalie in lingua spagnola e francese), Ziroid, Brieger & C. in Germania e molte ditte dell'America del Sud<sup>6</sup>.

Le immagini spesso fornivano una cronaca della società e degli avvenimenti, nello specifico quelle degli Armanino variano in ogni possibile campo, non è facile, infatti, trovare soggetti non trattati dalle immagini armaniniane: dalla geografia alla moda di diverse aree del mondo, dagli animali al carnevale, dai giochi ai mestieri più vari, dalle armi alla mitologia, dai compositori di opere alle fiabe, racconti e opere liriche e teatrali (es. "Nanà" di Émile Zola, "Faust" di Goethe, "Viaggi straordinarissimi di Saturnino Farandola" di Albert Robida, "Candido" di Voltaire, "Dalla terra alla luna" di Jules Verne), dalla politica con i suoi governanti, i suoi ministeri e i suoi partiti ai proverbi, dalla religione al circo e al teatro.

Nello specifico tra le serie prodotte dagli Armanino si possono ricordare, tra le altre, per la loro particolarità, comicità e accuratezza:

- "Microbi del bacio", 12 raffigurazioni dove i diversi tipi di bacio (es. bacio del fidanzato, bacio del genero, bacio del nipote, bacio della moglie, bacio dell'amato, bacio del marito) sono visti al microscopio e dunque per ognuno

---

<sup>6</sup> Ernesto Trevisani, *Rivista industriale e commerciale di Genova e provincia*, Genova, Bacigalupi, 1896.

sono rappresentati i "microbi": quello del genero è portatore di bombe a mano e siringhe, quello del nipote al nonno contiene una rappresentazione di una tomba e un testamento e quello del marito un paio di corna.

- "Ciò che si pensa e ciò che si dice" una serie di vignette satiriche in cui ogni scena è rappresentata in due versioni: una con la frase che si dice e una con l'immagine di ciò che in realtà si pensa. Ne sono un esempio l'episodio di un maestro che rimprovera il suo alunno dicendo "*Quando mi ascolterà e si concentrerà un po' più rispettoso signorino?*" e nella scena "e ciò che si pensa" si vede il maestro che tira l'orecchio del bambino. Altro esempio è la rappresentazione della situazione in cui un uomo chiede "*Prestami 10.000 lire, fra otto giorni te le restituirò*" e nell'altra scena si vede una barca a vela in alto mare con l'uomo con i soldi ricevuti in prestito.

Importantissima raccolta storica delle scatole per i fiammiferi si trova presso il Museo della Figurina di Modena dove, per quanto riguarda la produzione degli stabilimenti della famiglia Armanino, ne sono conservati approssimativamente oltre 2000 diversi esemplari.

Per concludere, dunque, la produzione della litografia, calcografia, tipografia Armanino si è concentrata principalmente sull'immagine, lo scritto si trova solo in secondo piano: l'immagine assume la funzione di principale fonte di comunicazione. Ponendo l'attenzione sulla vastità e diffusione dei prodotti della famiglia Armanino, in definitiva si può affermare che la loro attività è stata un'impresa sia locale che internazionale essendo stata capace di interpretare lo sviluppo della cultura grafica e della comunicazione per testo e immagini in uno dei periodi più significativi per la storia italiana.