



# BONELLI EDITORE

## MAESTRI DEL FUMETTO ITALIANO

**TEX WILLER, MARTIN MYSTÈRE, DYLAN DOG** SONO TRA I PERSONAGGI PIÙ NOTI E AMATI **NEL MONDO DEL FUMETTO**. EDITI DA BONELLI EDITORE, SONO DIVENTATI ESSI STESSI **FORME D'ARTE** E UN MODO DIVERSO DI **FARE CULTURA**.

Chiara Bezzi

**P**arlare di Sergio Bonelli Editore è parlare del fumetto italiano. Presente dagli anni '40 sul mercato, l'editore è noto anche ai profani per due personaggi tra i più amati dal grande pubblico bonelliano: l'incorruttibile sceriffo Tex e il tenebroso Dylan Dog. La casa editrice nasce nel primo dopoguerra sotto la guida di Tea Bonelli, moglie di Gianluigi Bonelli, che già dagli anni '30 era autore e sceneggiatore di fumetti. Tea Bonelli si dimostra subito una figura fondamentale per la trasformazione dell'azienda

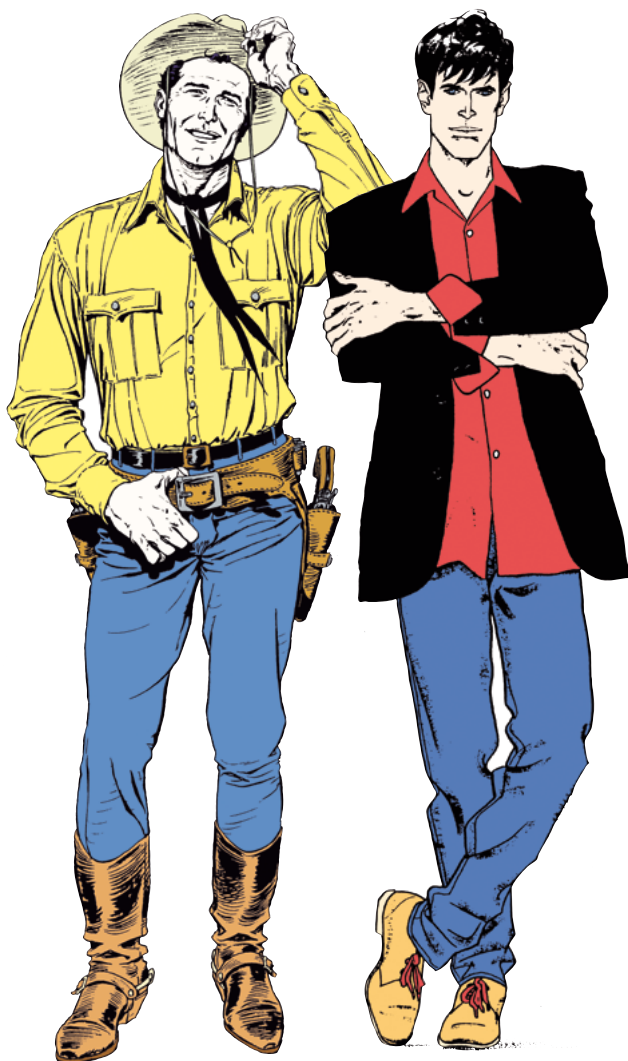
da realtà artigianale ad industriale, grazie alla sua vivace intelligenza e al suo intuito che gli fa individuare in Tex un prodotto dall'enorme potenziale. Nato nel 1948 dalla penna di Gian Luigi Bonelli e dalla matita del disegnatore Aurelio Galleppini, quello di Tex è un successo che si mantiene nel tempo ed è in grado di tenere il passo con l'evoluzione del prodotto, che nei primi anni '60 passa dalla vecchia "striscia" ad uno standard del tutto inedito, tanto da essere definito "formato Bonelli": albi squadriati, in bianco e nero, con lunghe storie dalle 96 alle 300 pagine.



Sergio Bonelli, l'editore scomparso nel 2011

Anni più tardi sarà Sergio Bonelli, scomparso lo scorso anno, a raccogliere l'eredità della madre come editore e del padre come sceneggiatore, e a portare avanti il mito di Tex, facendo scelte editoriali precise con l'abilità di selezionare nuovi disegnatori che affianchino Galleppini, in grado di mantenere un segno grafico coerente, e nuovi sceneggiatori che sappiano ricalcare lo stile grafico di Gian Luigi Bonelli, per offrire continuità ad un pubblico esigente e conservatore attento ai cambiamenti. Come già detto il primo grande successo della Bonelli arriva proprio con Tex Willer, "un personaggio unico che resterà per sempre inimitabile", come lo definisce Stefano Marzorati, responsabile comunicazione della Bonelli Editore. Citando Sergio Bonelli, Marzorati racconta: "Tex è un'anomalia, qualcosa di non ripetibile. Negli anni si è creato uno zoccolo duro di lettori appassionati che ne hanno sancito il successo. Intorno al personaggio di Tex si è creata una certa sacralità. Nato come Tex Killer e poi trasformato in Tex Willer, per renderlo meno cruento, Tex rappresentava l'antitesi dei supereroi del fumetto americano, senza superpoteri, ma disposto a tutto per far trionfare la giustizia con un'infallibile Colt e una stella sul petto. La scelta di coerenza nel proporre al pubblico prodotti che conservino le caratteristiche che li hanno fatti amare è stato uno dei capisaldi di Bonelli".

**I due più noti  
personaggi della  
Bonelli Editore:  
Tex Willer  
e Dylan Dog**



## TRADIZIONE E CONTINUITÀ

Il radicamento alla tradizione è riconoscibile nelle strategie editoriali ad ampio raggio: Bonelli nasce come casa editrice "pura" e continua ad esserlo tutt'ora. In particolare, Sergio Bonelli è sempre fuggito da iniziative promozionali, come ad esempio gadget, articoli assimilabili ed inserzioni, per offrire al suo lettore un prodotto trasparente. Stefano Marzorati spiega: "Sergio Bonelli era consapevole del fatto che il pubblico bonelliano, particolarmente tradizionalista, amava la sua genuinità e onestà nel proporre un prodotto puro. I lettori cercano nei fumetti Bonelli la sicurezza di trovare un prodotto non compromesso, in grado di conservare nel tempo gli elementi che il lettore ha apprezzato la prima volta. E Bonelli ha saputo soddisfare questa richiesta". Peculiarità della casa editrice è stata quella di proporre "contratti a lungo termine con i lettori", questa continuità narrativa è diventata un appuntamento imperdibile con una narrazione di tipo seriale, che nel caso di Tex dura da più 60 anni, il personaggio italiano più amato nel mondo del fumetto. Dimostrazione di ciò è, ad esempio, il successo delle ristampe, come le pubblicazioni a colori di Tex allegata a La Repubblica, che in quattro anni hanno venduto oltre 27 milioni di copie. Gli albi Bonelli vengono stampati in Italia da Rotolito Lombarda: nella tradizione bonelliana è molto sentita la connotazione del made in Italy, come valore e vera forza anche nel processo produttivo.

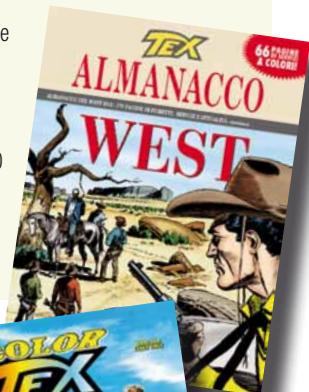
## IL NUOVO CORSO

Oltre ad essere autore, Sergio Bonelli era forse e soprattutto un editore "illuminato". Fu in grado, grazie ad una straordinaria sensibilità, di raccogliere nuove proposte di autori, che lasciava liberi di esprimersi, senza soffocarne la personalità e di cui rispettava il lavoro. A Bonelli va dato atto di aver fatto il tentativo di modernizzare il mezzo, proponendo storie differenti come le miniserie di 12, 14 o 18 numeri, contratti a scadenza con i lettori, che vengono proposti tutt'ora con un discreto successo. Nei primi anni '80 viene pubblicato Martin Mystère, fumetto di successo considerato il punto di svolta tra le serie classiche, come Tex, Zagor e Mister No, e quelle del nuovo corso, come Nathan Never e Dylan Dog. Con quest'ultimo, che diventa un fenomeno editoriale vero e proprio, viene segnata la svolta epocale nel mercato del fumetto italiano. Nell'ottobre 1986, Bonelli pubblica Dylan Dog, un fumetto horror creato da Tiziano

## I NUMERI DI UN SUCCESSO

### Dati vendite mensili delle collane con storie inedite:

- **Tex** 215.000 copie
- **Dylan Dog** 150.000 copie
- **Zagor** 40.000 copie
- **Julia** 43.000 copie
- **Martin Mystère** 28.000 copie
- **Nathan Never** 45.000 copie
- **Brendon** 25.000 copie
- **Dampyr** 36.000 copie
- **Lilith** (semestrale) 35.000 copie
- **Cassidy** (miniserie) 25.000 copie



Scavi, destinato a diventare un "caso". Partito infatti in sordina, cresce in maniera esponenziale, fino a che nel '93 arriva a superare le vendite di Tex, raggiungendo fino a mezzo milione di copie soltanto con le storie inedite.

"Sono gli anni d'oro del fumetto – racconta Marzorati. – Con Dylan Dog, per Bonelli arriva la visibilità pubblica da parte della stampa, parallelamente al grande affetto del pubblico, che abbiamo incontrato in diverse occasioni con eventi, come il Dylan Dog horror fest. Le quattro edizioni hanno accompagnato il successo di questo personaggio, unico nel suo genere, che si distingue nettamente dagli eroi classici Bonelliani. Successivamente, ci sono stati molti tentativi di ricalcare le orme di Dylan Dog con altri personaggi, ma non si è mai riusciti a trovare gli ingredienti giusti di quella che Sergio Bonelli definiva una 'felice alchimia'. Oggi Dylan Dog è il secondo in classifica a livello di vendite, Tex ha ripreso il sopravvento, e resta il fumetto più venduto a livello nazionale". Dylan Dog è un libero pensatore e, grazie al suo aspetto da bel tenebroso e alla sua sensibilità, ha tutte le caratteristiche per essere un personaggio romantico, in grado di conquistare il pubblico femminile.

la cura dei particolari

Altro punto di forza del fumetto bonelliano è stata la capacità degli autori di lavorare ad una documentazione storica rigorosa e precisa, con estrema attenzione ai dettagli.

Tale attenzione, che nel tempo è diventata sempre più determinante, si traduce in una cura estrema nel realizzare le storie,

**Tra gli speciali  
le edizioni di  
Tex a colori e gli  
almanacchi**

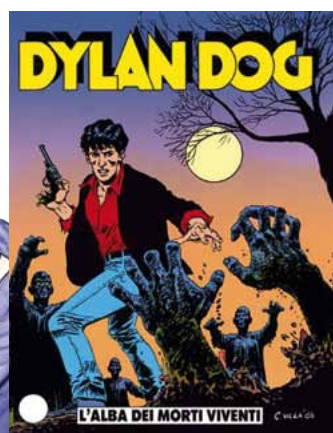


Un ritratto di Tiziano Sclavi, creatore di Dylan Dog

l'obiettivo è stato sempre quello di portare in edicola un prodotto perfetto. Dimostrazione dell'elevata qualità dei prodotti viene dall'affetto e dall'attaccamento, mai venuti meno, del pubblico. "Il processo produttivo del fumetto è semplice, - spiega Marzorati - da un'idea di partenza e una sceneggiatura si avvia il lavoro ai disegnatori. Una volta disegnate, le tavole vengono scansate e controllate, ripulite e corrette.

Con l'avvento di internet è stato più semplice reperire le informazioni, in questo senso le nuove tecnologie aiutano. Ma Bonelli, si può dire, è stato un imprenditore di vecchio stampo, illuminato per le scelte che ha fatto, ma con una visione tradizionale del prodotto.

Non ha mai creduto a versioni digitali dei fumetti, forse perché amava talmente il prodotto cartaceo da non accettare compromessi.



Forse in futuro il nuovo management si aprirà a questa opportunità, che consente di far convivere la versione cartacea e quelle virtuale in modo da poter attrarre nuovi lettori".

In questa prospettiva, è ben evidente la passione e il coinvolgimento dell'editore per il prodotto, che l'ha spinto a conservare una visione del mondo tradizionalista e molto concreta.

### IL FUMETTO COME FORMA D'ARTE

Parlando del fumetto in generale, Bonelli l'ha sempre considerato un prodotto di svago e di intrattenimento con una dignità pari ad altre forme letterarie. In questa prospettiva, ha cercato in diversi momenti di unire il puro svago all'informazione e, in questo modo, stimolare il lettore a forme di lettura differenti rispetto al fumetto. È il caso degli almanacchi e delle pubblicazioni collaterali, che hanno trovato ampia diffusione. Da persona amante del fumetto, l'intento di Sergio Bonelli era quello di fare cultura. E, in un certo senso, l'obiettivo è stato raggiunto: grazie alla distribuzione in edicola il fumetto ha infatti mantenuto una connotazione popolare e una diffusione di massa.

Pur essendosi avventurata anche in produzioni a colori, la Sergio Bonelli Editore ha sempre preferito la proposta del bianco e nero, privilegiando l'interesse dei contenuti e una politica di prezzi di vendita popolari. A conti fatti, una delle maggiori soddisfazioni della Casa editrice è di essere riuscita a far conoscere e amare - praticamente in tutto il mondo, compresi Stati Uniti e Sud America - quel fumetto italiano che, nel dopoguerra,

aveva contribuito caparbiamente a far nascere. Nel corso del tempo, i personaggi di Sergio Bonelli Editore hanno infatti più volte varcato i confini dell'Italia: in questo contesto, non possiamo non citare almeno l'edizione indiana di Tex in lingua tamil e le miniserie di Nathan Never, Dylan Dog e Martin Mystère editate nel 1999 dalla Casa editrice americana Dark Horse. Si può affermare che con Bonelli sia nato il fumetto popolare d'autore, per la qualità delle sceneggiature e dei disegni, che hanno contribuito a dare dignità al fumetto come strumento di cultura al pari di un romanzo e di un saggio. È un'eredità che le nuove generazioni manageriali si propongono di portare avanti.

Tra le edizioni speciali, vanno ricordate le pubblicazioni uscite in occasione degli anniversari, che per i lettori sono diventati un appuntamento fisso per ritrovare i loro eroi a colori. "Abbiamo compreso che il colore piace al pubblico e quindi lo stiamo utilizzando sempre più spesso. - spiega Marzorati - Tra i prodotti speciali, il più amato è sicuramente il Texone, un albo di grande formato realizzato da autori esterni allo staff Bonelli, tra questi Colin Wilson e Carlos Gomez. Con questo prodotto, si vuole proporre al lettore texiano il personaggio in maniera differente, un fuori programma disegnato da un disegnatore inedito. Anche questo testimonia la volontà di Bonelli di coniugare il fumetto popolare con una realizzazione d'autore. Tra ristampe e storie nuove, la Bonelli Editore esce in edicola quasi quotidianamente, con una vendita di poco inferiore al milione di copie ogni anno, oltre naturalmente alla vendita degli arretrati". Nel pensiero di Sergio Bonelli, in futuro il fumetto è destinato a diventare un prodotto d'élite, con costi maggiori e vendite inferiori, probabilmente dovrà "accontentarsi" di un pubblico esiguo e diventare un prodotto per appassionati, ma mai svilito, perché resterà sempre uno strumento di cultura amato dai suoi lettori.

[www.sergiobonellieditore.it](http://www.sergiobonellieditore.it)

