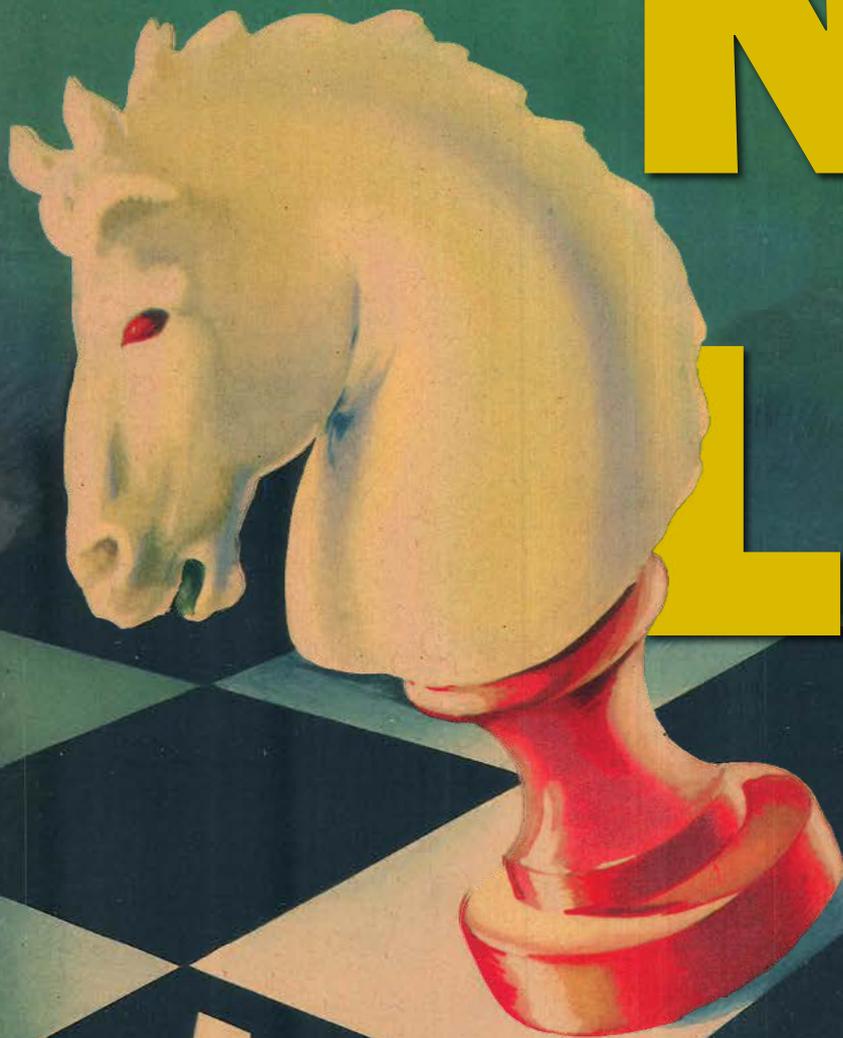


DI

IL GENIO CREATIVO DEL TOTIP

NE

LLI



Meic

MemoriaEvoluzioneIdentitàCondivisa

Archivio storico del Gruppo Sisal

 **Sisal**





Un fantino, un cavallo e una corsa, quella verso le vincite milionarie del Totip. E' questa l'immagine che ha inaugurato e accompagnato per molti anni la storia del concorso a pronostici targato Sisal, il primo in Italia dedicato all'ippica.

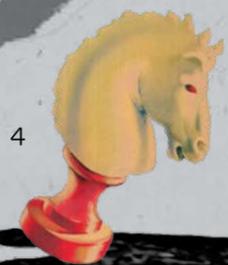
Siamo nel 1948. E' l'Italia del dopoguerra, sono gli italiani del fare, del ricostruire, ma anche del sognare. E sono proprio i loro sogni a essere impressi prima nero su bianco poi a colori dal genio creativo di **Carlo Dinelli**, uno dei più importanti illustratori dell'epoca.

Nato a Macerata il 21 agosto 1902, Carlo Dinelli a sedici anni si trasferisce a Milano, città che lo adatterà per il resto della sua vita. Nel capoluogo lombardo Dinelli affina la sua passione per l'arte, facendola diventare un mestiere.

Dopo gli studi alla Scuola Superiore d'Arte Applicata del Castello e all'Accademia di Brera, lavora per la Casa d'arte Caramba come costumista teatrale. Nel 1928 il grande salto, grazie alla collaborazione con l'agenzia pubblicitaria Erwin Wasey & Co, prima azienda d'oltreoceano del settore a essere attiva in Italia. L'avventura internazionale dura poco: il crollo della borsa di Wall Street non risparmia nemmeno la filiale milanese del colosso americano, che sarà costretta a cessare l'attività.

Chiusa una porta, per Dinelli si spalanca un portone: nel 1933 apre il suo studio pubblicitario, mentre qualche anno più tardi lavora con l'Ufficio tecnico dell'Unione Pubblicità e viene nominato Vicepresidente ATAP - Associazione Tecnici e Artisti Pubblicitari. Per Dinelli il momento professionale è fervido, come lo dimostrano le grandi collaborazioni che firma in quel periodo: realizza grafiche pubblicitarie per Chianti Brolio di Firenze, Cassa di Risparmio di Torino, Società di Calze Donnina, Confetture Cirio, Lagomarsino e le macchine da cucire Singer, solo per citarne alcune. Tutto questo accade prima del 1945.

Superate le ferite della guerra, per Dinelli è il momento di ripartire, e lo fa ancora una volta in grande stile, avviando collaborazioni con marchi del calibro di Ferrovie Nord Milano, La Rinascente, Pirelli, Esso, Fiera Campionaria di Milano e **Sisal**.



LA COMBINAZIONE VINCENTE

Carlo Dinelli e Sisal. Un felice binomio lungo quasi vent'anni. Se è vero che il loro incontro ufficiale avviene con il Totip - prova ne sono le firme dell'illustratore su pubblicità e manifesti - è altrettanto probabile che l'inizio di questa collaborazione risalga già ai tempi della nascita dell'azienda.

Arvelarlo è un tratto grafico inconfondibile, una penna chiaramente riconducibile a quella di Dinelli, che con la rivista Sport Italia trova la sua prima e ufficiosa identificazione.

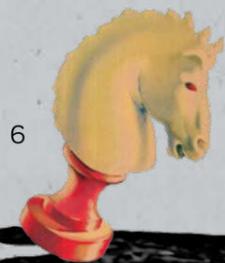
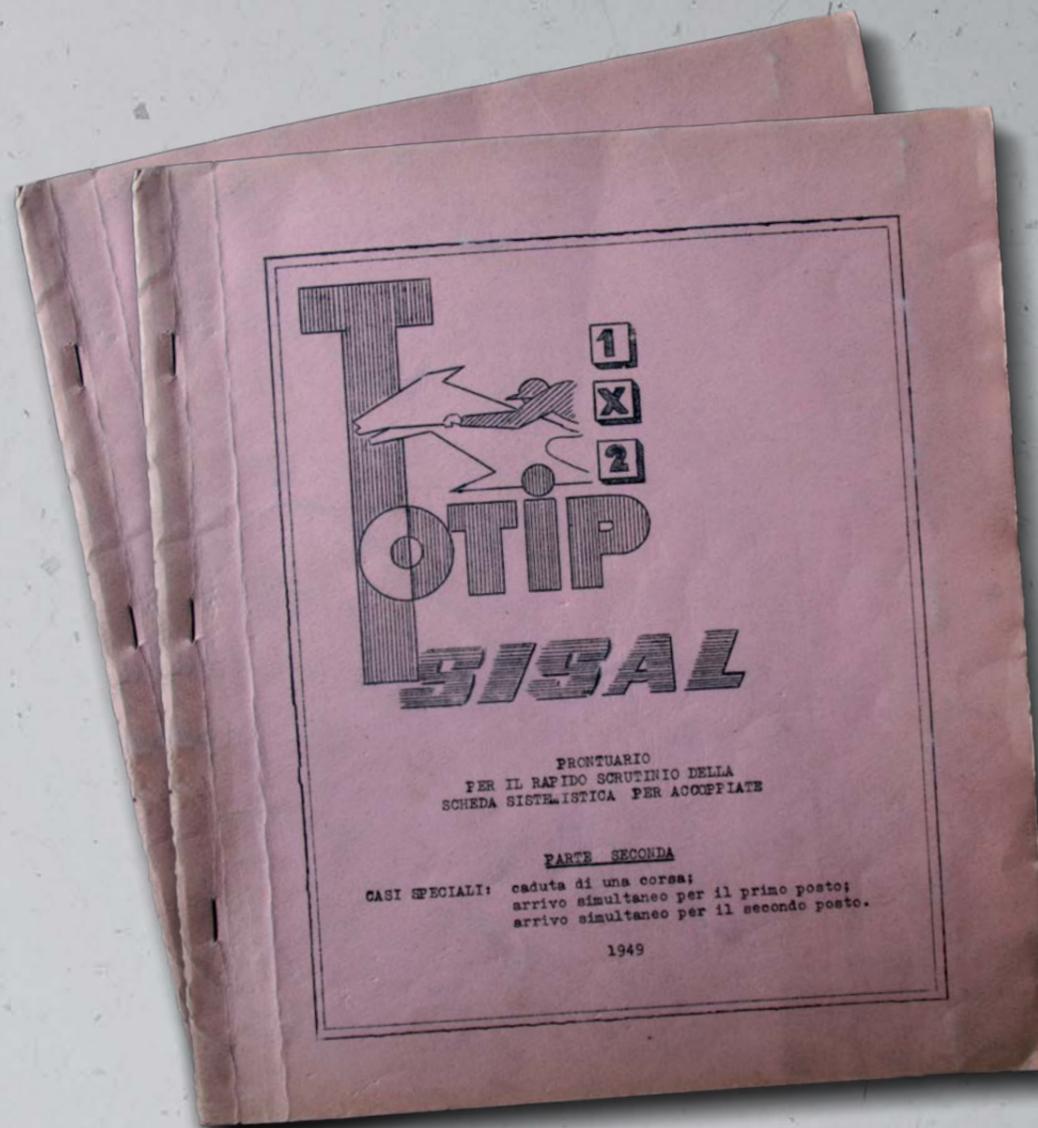
Lo stesso vale per l'insero speciale dedicato al Totocalcio pubblicato nel febbraio del '47, dove è un sintetico ma esaustivo appunto lasciato sul retro della copertina, "Dinelli", a riportare l'autorialità della grafica.

Totocalcio
Sport Italia

*La fortuna
arriva
al galoppo...*

Tanti sono gli indizi che fanno pensare a uno stretto rapporto tra Carlo Dinelli e Massimo Della Pergola, uno dei padri fondatori di Sisal. Se non un'amicizia certamente di un'intesa forte, quella tipica che nasce tra due persone, due professionisti, che condividono spirito, valori e motivazioni. Non stupisce quindi come negli anni sia stata proprio la mano di Dinelli a firmare persino le grafiche dei documenti interni.

Edecco che sui materiali aziendali - come i prontuari per le giocate sistemiche riservati ai ricevitori e agli altri addetti ai lavori - spunta il più celebre galoppo della storia di Sisal, quello del fantino a cavallo. Con un lavoro così trasversale, Dinelli arriva al cuore dell'azienda diventando per Sisal quasi "uno di casa".



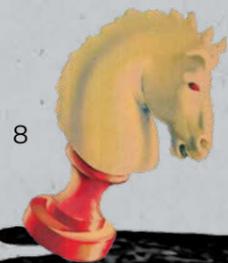
B E N V E N U T O T O T I P

Era il 21 maggio 1948 quando Il Tempo di Milano dava il benvenuto alla nuova schedina ippica. Il Totip, fortunato concorso a pronostici dedicato alle corse dei cavalli, era pronto al suo ingresso nel mondo.

Il debutto, a nove giorni dall'uscita ufficiale del gioco nelle ricevitorie, dà il via a una massiccia campagna pubblicitaria realizzata da Carlo Dinelli. In poche settimane il fantino a cavallo è sotto tutti i riflettori: ecco l'immagine destinata a diventare per oltre vent'anni il marchio di fabbrica del Totip.



8



Nella sua semplicità, il pittogramma esprime al meglio il tratto distintivo del suo illustratore: una tecnica nitida, essenziale, immediata.

La composizione è stilizzata e dinamica al tempo stesso. Sinonimo di una mano sicura, di una professionalità che mostra in questi disegni una delle sue migliori esecuzioni.

Il risultato è una pubblicità dalla personalità creativa e vivace, nata dalle immagini, ma anche da slogan accattivanti e vicini alle abitudini degli italiani.

Questa volta l'autore si rivela ufficialmente: troviamo sugli inserti la firma Dinelli, un semplice "Din" oppure "Din & Din", il nome della sua agenzia di comunicazione.



IL MESSAGGERO di Roma

26 Maggio 1948



Gazzetta del Popolo

23 Maggio 1948



la fortuna arriva al galoppo

9



Oltre alle pubblicità per i giornali, sono state soprattutto le schedine di gioco le protagoniste del suo lavoro.

Se con il Totocalcio si intravede il suo estro, con il Totip l'espressione della sua creatività si mostra appieno. Il fantino a cavallo si tinge di rosso e blu assieme all'1X2 preso a prestito dalla schedina calcistica. Al loro fianco si legge "Organizzazione SISAL": è l'azienda che espone il suo nome come garanzia di affidabilità e serietà.



Questi elementi grafici li ritroviamo in una delle prime affissioni firmate da Dinelli e presenti nelle ricevitorie Sisal all'inizio degli anni '50. Ne sono viva testimonianza le fotografie conservate all'Archivio storico del Gruppo.

Con gli anni Cinquanta, Dinelli si lascia trasportare da una grafica sempre più accattivante, fatta di stampe colorate e vivaci, tra richiami al cinema e ad altri ambienti di gioco.

Tutte incursioni che il Totip non teme perché già forte di un'affermata notorietà. Ed ecco che, prendendo spunto dal mondo degli scacchi, nel 1953 nasce una delle locandine Totip più riuscite di sempre: da un fondale verde, un punto luce illumina un cavallo intento a compiere la sua mossa su una scacchiera marchiata con l'1X2. L'invito è "Date scacco alla fortuna".



Qualche anno più tardi, siamo nel 1956, il cavallo di Dinelli torna al galoppo con uno spirito dichiaratamente divertente allo scopo di avvicinare tutti al gioco. Intento riuscito.

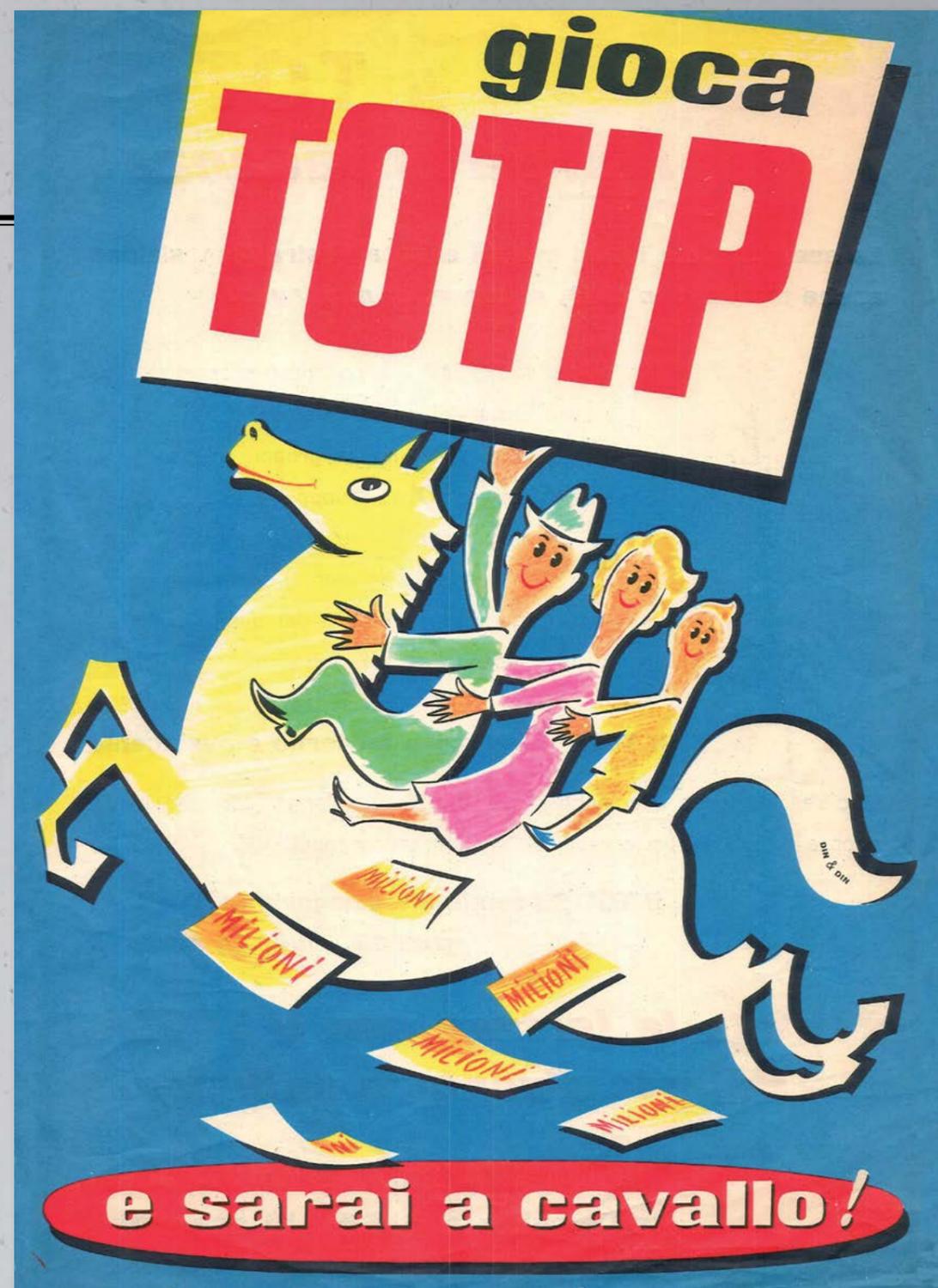


Gli anni Sessanta consacrano il Totip al successo, e le affissioni cambiano nuovamente aspetto: i cavalli diventano tre, perdono le tipiche sembianze stilizzate per assumere una forma sempre più reale.

Sullo sfondo un colore a tinta unita: rosso, giallo oppure, ancora una volta, verde. Un verde simbolo di fortuna, speranza e solidità che ancora oggi, più intenso e vivo che mai, rappresenta Sisal.

Lo stile di Carlo Dinelli corre verso una nuova direzione: quella di una grafica più matura e consapevole del fatto che il Totip sia diventato un gioco alla portata di tutti, così come l'ippica da sport elitario si sia trasformato in sport popolare. È questo il grande contributo che Sisal ha saputo dare alla società dell'epoca: con il Totocalcio prima e con il Totip poi, è riuscita a risvegliare e a far nascere nuove passioni e momenti di aggregazione.

Questa è l'Italia che cambia, l'Italia protagonista di una trasformazione socio-culturale che affonda parte delle sue radici anche in una storia nata per gioco, e per far giocare.



Nel fervore di quegli anni, Dinelli si appresta a disegnare la sua ultima cavalcata. Muore a Milano nel 1971.



Bibliografia

- **Huber M.**, Due dimensioni: grafici, illustratori e fotografi pubblicitari italiani, Milano, Ed. Editype, 1964
- **Michelotti U.**, Messaggi... in maglia: mostra storica di manifesti pubblicitari dal 1923 a oggi, Milano, Ed. Associazione italiana produttori maglierie e calzetterie, 1986
- **Priarone G.**, Grafica pubblicitaria in Italia negli anni Trenta, Firenze, Ed. Cantini, 1989
- **Sparti P.**, L' Italia che cambia attraverso i manifesti della raccolta Salce, Firenze, Ed. Artificio, 1990
- **Villani D.**, 50 anni di pubblicità in Italia, Milano, Ed. L'ufficio Moderno, 1957

Il presente approfondimento rientra nel Progetto Meic, programma di valorizzazione del patrimonio storico del Gruppo Sisal. Il materiale documentale, oggetto dello studio, è conservato nell'Archivio storico aziendale a Peschiera Borromeo (MI), visitabile previo appuntamento.



Scopri la storia di Sisal su
www.unastorianatapergioco.it

Concept, Cristiana Schioppa
Testi, Sandra Colbacchin
Design, Luca Aloia

Luglio 2016



 **Sisal**



X **S**
U