



I fondini grafici a inizio capitolo e nella sezione delle carte,
e l'illustrazione alla pagina 14 sono di Freepik.

Collaborazione ai testi: Lorenzo Novello, Federico Arena e Matteo Mazzuca
Progetto grafico: Silvia Bovo / copia&incolla sn.c
Redazione e impaginazione: Pollici Opponibili studio editoriale

Pubblicato per
FABBRI
E D I T O R I
da Mondadori Libri S.p.A.

© 2025 Mondadori Libri S.p.A., Milano
Illustrazioni di Valentina Grassini e Davide Riboni
Prima edizione: novembre 2025
ISBN 979-12-234-0114-9

Stampato presso DECIBEL GROUP S.r.l.
Via Cremona, 14 - Lainate (MI)
Printed in Italy

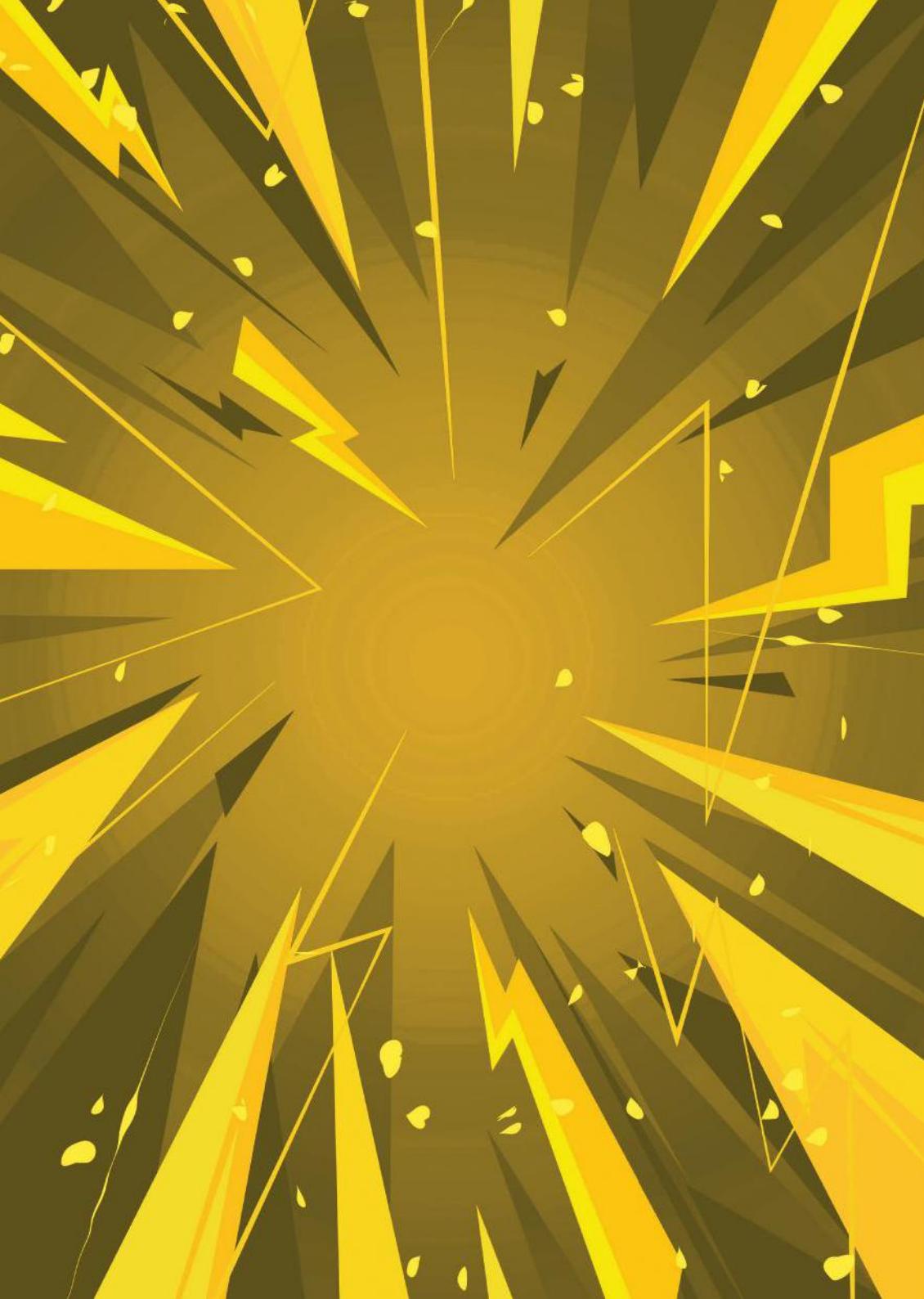


**LA STORIA DELLE
CARTE POKÉMON**

FABBRI
EDITORI



LA STORIA DEL POKÉMON TCG



PREFERZIONE

a cura di Cydonia

Siena, 2000, prima elementare. Ho imparato da poco che cinque per quattro dovrebbe fare venti. Sfiancato dall'ennesima tabellina da memorizzare, torno a casa, lancio lo zaino poco oltre la porta di casa e mi fiondo davanti al televisore del soggiorno; stanno per andare in onda i "Pokémon", un cartone animato seguito da tutti i miei compagni di classe e che non posso assolutamente perdermi.

Domani in mensa dobbiamo discutere della forza dei mostriattoli tascabili rivelati nell'ultima puntata, poi controllare quanti di noi li posseggono nel proprio album di figurine.

Da cosa nasce cosa, e l'anno successivo tutta la 2^aB si ritrova con un Game Boy Color fra le mani. Nel 2001 infatti l'Europa si accoda all'uscita di Pokémon Oro e Argento, la nuova generazione di mostriattoli

tascabili, e mio papà, con buona pace delle sue finanze, viene trascinato nel negozio più vicino per comprarmelo. Ed è meglio così, per lui e per tutti gli altri genitori; quale mamma e quale papà vorrebbero sopportare giorno e notte i lamenti di un pargolo altrimenti escluso dalla Lega Pokémon della ricreazione?

Papà quindi mi mette fra le mani la scatola con Lugia, poi bofonchia qualcosa che dev'esser suonato più o meno così: "Chissà quando ti stufferai di questi cosi e passeremo alla prossima moda del momento".

Mah, se lo dice lui... La verità è che i Pokémon sono già entrati a far parte della vita di decine di milioni di persone in tutto il mondo. Sì, perché l'Italia e l'Europa sono solo le ritardatarie di una festa cominciata qualche anno prima, tra il 1996 e il 1997, in Giappone. Satoshi Tajiri e la sua "Game Freak" creano i primi due videogiochi della storia del franchise, *Pokémon Rosso* e *Verde*, dai quali ben presto nasce uno dei più grandi effetti domino commerciali e mediatici: il Sol Levante si innamora di Pikachu a tal punto da estendere la longevità del Game Boy di qualche anno, Nintendo of America dopo un primo momento di scetticismo decide di importare il fenomeno per non perdere il famoso carro dei vincenti, e l'Europa segue a catena dopo aver constatato che tutto il resto del mondo è malato di Pokémon.

È così che le vite di molti bambini e adolescenti, me compreso, vengono influenzate dalla miriade di idee creative partorite dalla neonata The Pokémon Company.

Impariamo attraverso il videogioco ad apprezzare un genere, il "monster collector", che ante-Pokémon era di nicchia e senza un mercato occidentale. Con il cartone animato ci avviciniamo alle produzioni giapponesi, con Ash che diventa uno dei principali propulsori della

nippofilia, dilagante anche in Italia dal 2005 in poi. E con le centinaia di altri prodotti collaterali, tra vestiti in collaborazione con brand di punta, prodotti per la casa, applicazioni per la quotidianità e una rosa di gingilli collezionabili, realizziamo che l'intera cultura pop mondiale è stata conquistata dalla creatura di "Game Freak".

Come i mostri ciattoli tascabili, Pokémon è un marchio che cammina accanto a chi lo ama e si evolve costantemente: oggi è il primo franchise al mondo in termini di fatturato e guadagni.

Quando una realtà diviene così grande, longeva e soprattutto multimediale, come un'idra le cui teste vivono esperienze ormai uniche e indipendenti dalle altre, nasce l'esigenza di avere interlocutori che dissezionino, analizzino, codifichino e poi raccontino tali vicissitudini al pubblico di appassionati.

E qui, con buona pace di papà che si voleva liberare dei Pokémon nel 2001, entro in gioco io: negli anni ho costruito una carriera su YouTube e Twitch parlando del videogioco Pokémon ad appassionati che, come me, adorano la parte ludica del franchise sopra ogni altro fratello e sorella della creatura di "Game Freak". Ma esistono appunto tante altre storie parallele al gioco che meritano di essere conosciute e raccontate, e una di queste, per volume e importanza mediatica, è sicuramente quella del Gioco di carte collezionabili Pokémon.

Da quando ha creato il suo canale nel 2012, Federico è sempre stato appassionato di carte Pokémon. Ha mostrato ai suoi spettatori il loro fascino, il peso specifico artistico degli artwork, le regole sotseste dall'introduzione di continue rarità aggiuntive rispetto all'ei fu Set Base approdato nello stivale a marzo del 2000. E nel momento

in cui Pokémon TCG è divenuto un fenomeno economico di rilievo, Federico ha colto la palla al balzo per realizzare il suo negozio, il “Federicstore”, contribuendo in prima linea a una storia globale della quale, fino a quel momento, era stato un bardo. Ha approfondito la conoscenza di uno dei milleuno binari dei Pocket Monsters, divenendo una vera e propria autorità riconosciuta da grandi e piccini; se devo chiedere un consiglio sull’acquisto di una nuova carta o di un nuovo set, Fede è la persona a cui citofonare.

Nella mia vita sono solito parlare a ruota (fin troppo!), è il mio lavoro oltre che il mio modo di esistere. Oggi però poso la penna e mi godo la seduta da spettatore, perché è l’ennesimo giorno in cui realizzo che questo spartito, la storia di Pokémon, è troppo complicato per essere suonato da una persona sola.

Federico, con il suo libro, ha deciso di farci rivivere la storia della nascita e crescita del franchise per trasportarci nel mondo delle carte collezionabili, che questa evoluzione l’hanno accompagnata, corroborato, promossa.

Insieme a voi lettori, mi godo questa traversata da un punto di vista differente dal mio, sicuro che per leggere le evoluzioni future del marchio sia innanzitutto importante cementificare i suoi passi passati e presenti.

Perché sì, papà. Ti sbagliavi, quando mi comprasti Pokémon Argento. Primo, non mi sarei mai stufato di quella moda. Secondo, quei mostri ci atti non erano di passaggio.

Era no fatti per restare.

cyclonia