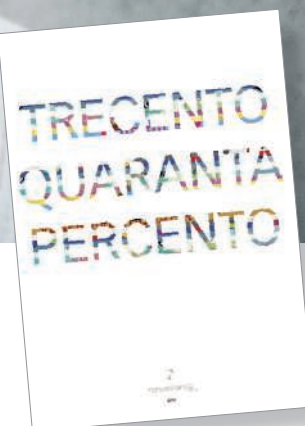


TRECENTOQUARANTAPERCENTO: INTERVISTA A CORRADO MUSMECI DI FONTEGRAFICA

ESPLORARE I LIMITI FISICI DELLA TECNOLOGIA APPLICATA ALLA STAMPA E INFRANGERNE LE REGOLE ATTRAVERSO LA SOVRAPPOSIZIONE DI TONALITÀ, LAMINE, SERIGRAFIE, STAMPE A CALDO E RILIEVI. ECCO COSA SUCCEDDE DIETRO LE QUINTE DI UN PRODOTTO RAFFINATO.

VIETATO VIETARE



Il primo calendario è datato 2000, e il primo evento di presentazione è stato nel 2006. Famoso, apprezzato e amato, vincitore dei più importanti premi per la qualità di stampa nel mondo, come il **Sappi European e International Printers of the year**, l'**Inkredible Award** di Huber Ink e il **Gold Ink Award**. Ma come è nata l'idea di realizzare un calendario? «Mio padre aveva un grande amico», racconta **Corrado Musmeci**, responsabile della comunicazione di **Fontegrafica**, «Mario Frabasile, un pittore-poeta, che un giorno andò da lui dicendo di voler fare un calendario per raccogliere le sue opere e le sue poesie. Ed è nata così l'idea di farlo insieme: lui avrebbe fornito testi e poesie, cioè il *cosa*, e noi avremmo realizzato il *come*. È stata un'idea geniale, un colpo di fulmine, che poi è ritornata negli anni. Un calendario non solo da guardare, ma anche da toccare e da farsi raccontare da chi l'ha realizzato.

E quest'anno anche da «leggere», perché nella serata di presentazione accanto a ogni tavola c'era una didascalia di spiegazione, novità assoluta per chi predilige, come loro, l'arte del racconto. Un tripudio di sensi, risvegliati anche dalla curiosità di scoprire i particolari più o meno evidenti, ma sempre discreti e raffinati, in cui non manca mai un elemento ironico [www.fontegrafica.it].

La sfida è superare se stessi

Come nasce quindi un calendario? «È un lavoro che comincia due anni prima», racconta Corrado Musmeci, «ovvero l'anno prima dell'anno di produzione. Si sceglie un grafico designer a cui viene data completa libertà, senza precise indicazioni tranne quelle che suonano un po' come una sfida: fai quello

