

## Due parole con... Giuseppe Musmeci

**Comunicando:** Quale il vostro intento nella produzione di un calendario?

**Giuseppe Musmeci:** E' una sorta di sfida e una possibilità per mostrare cosa siamo in grado di fare, sperimentando tecniche innovative. Ogni anno ci appoggiamo a differenti creativi e agenzie, perché vogliamo confrontarci con situazioni nuove e non essere mai monotematici.

**C.:** Come nasce il progetto?

**G.M.:** Ogni anno diversi grafici si propongono per fare il calendario; l'unico input che diamo loro è quello di sognare e tradurre graficamente il loro sogno. Un sogno che poi ci devono affidare completamente... noi ne scegliamo uno tra tanti e lo realizziamo senza alcuna supervisione da parte loro, senza alcuna indicazione. Il creativo vede il calendario quando è finito, anche se fa fatica a resistere alla tentazione di vedere il lavoro in corso d'opera. Il nostro intento è esaltare il progetto grafico, non modificarlo! Questo significa metterci alla prova attraverso sperimentazioni inedite; si sa che il mercato di fronte al nuovo è piuttosto scettico e vuole vedere!

**C.:** A chi inviate il vostro calendario?

**G.M.:** A clienti importanti, agenzie, creativi, designer,

architetti. Facciamo una produzione limitata, 500 copie, perché deve arrivare a chi veramente lo desidera e lo apprezza, non a chi non lo "sfrutta". Vogliamo che venga esposto e non subisca mode.

**C.:** Quale ritorno avete?

**G.M.:** Un ritorno di immagine in primis, poi viene impiegato come "catalogo" delle nostre capacità e delle



**Giuseppe Musmeci**  
Managing Director  
Fontegrafica

lavorazioni, tecniche.

**C.:** Che percezione avete del mercato dei calendari?

**G.M.:** C'è stato un primo periodo in cui tutti volevano e facevano calendari poi, rendendosi conto che il calendario esposto è solo uno, si è cominciato a non farne più. Così è ritornata la richiesta e negli ultimi due anni abbiamo assistito a un buon incremento.

### Il 2008 di Fontegrafica sinonimo di risate e sperimentazioni

Il clown è il soggetto della nona edizione del calendario Fontegrafica, che si conferma un tripudio di nobilitazioni e sperimentazioni. Le dodici tavole, basate sulle foto di Gianluigi di Napoli, sono prodotte con le avanzate tecnologie di Fontegrafica, l'utilizzo di inchiostri di ultima generazione e carte raffinate. Serigrafie, stampa in esacromia, ectacromia, eptacromia, rilievi, plastificazioni e verniciature creano un prodotto pregiato. La confezione cassettonata "Scatola-Libro", costituita da pagine di spiegazione del progetto stampate su mono o bi-patinata e successivamente fustellate, nascondono un naso tridimensionale termoformato; la cornice in plexiglas trasparente incornicia un lavoro unico e innovativo.

**Creatività:** Studio Orlandi, la cui progettazione grafica si è abbandonata a forme varie e divertenti, ad abbinamenti e montaggi istintivi e naturali, esprimendo freschezza di idee e libertà espressiva. [www.fontegrafica.it](http://www.fontegrafica.it)

intervista

