

**ROMA martedì 19 dicembre 2006, MADRID 23 gennaio 2007, MILANO 12 febbraio 2007**  
tre eventi per presentare



È nelle librerie da Gennaio 2007 il visual magazine made in Italy.

Mentre in Europa e nel resto del mondo sale l'onda innovativa dei magazine di tendenza per un target giovanile, colto e metropolitano, un diverso linguaggio visivo si fa strada. Grafica, illustrazione, fotografia svecchiano i nostri media con un nuovo **movimento di creativi** che promuovono **riviste cult**.

Dal successo dello spagnolo *Rojo* e di altre riviste ricche di immagini nasce anche in Italia un visual magazine, con 25 selezionati artisti che in ogni numero interpretano un tema che prende spunto dalla frase di un film.

Il nome *Fefè* è l'acronimo di *Free Entry Free Exit* che alludono ad una libera circolazione di talenti, provenienti da tutto il mondo ma suona italiano ad indicare il gusto e la sapienza del nostro life-style. **Il suono del sud, il richiamo all'immaginario cinematografico fa di questo visual magazine un testimonial della nostra cultura.** Distribuito nei mediastore del circuito Feltrinelli, nelle migliori librerie italiane, *Fefè Visual Magazine* è destinato anche e soprattutto ad un mercato internazionale, che non si ferma all'Europa.

Come rivista che vede la luce nel 2007 *Fefè* è la naturale evoluzione dei periodici trend-setter. Invece di trovare i migliori creativi in campo visivo e allineare il loro portfolio in una sequenza di pagine galleria, *Fefè* chiede loro di produrre un'opera originale ispirata al tema e pubblicata in esclusiva. Questo costringe tutti gli autori selezionati e invitati a ricercare nel proprio bagaglio culturale l'ispirazione per un artwork che segua un filo rosso. Nel rapporto con il tema s'instaura un dialogo a distanza tra gli autori che diventano tasselli di un'opera corale. **Ecco perché *Fefè* è un magazine di cultura visiva: ogni uscita è un'opera unica anche se corale e collettiva.** Se i magazine tradizionali sono "compilation" *Fefè* è un "concept album".

La così intensa e intrigante coesione tra le opere ha già generato un "unicum" ancora mai comparso nel mondo editoriale. Si chiama MIMO e, in omaggio a *Fefè*, è acronimo di *Messa In Macchina Occasionale*.

**Si tratta di un "foglio" dove in fase di prova di stampa** (la messa in macchina tipografica appunto) **due o più opere finiscono sovrapposte.** Da questa composizione assolutamente casuale nasce una pagina dallo spirito dadaista. Il foglio della prova di stampa è poi selezionato e segmentato nei suoi momenti migliori. Nasce così un *Mimo*: sorprendente nei suoi esiti, casuale e unico nella sua creazione. Ogni *Mimo* è in edizione limitata: la prova di stampa non è simile se non in quattro o cinque casi, quasi impossibile riprodurla o ristamparla. A gennaio i primi *Mimo* saranno allegati al numero uno di *Fefè*. Confezionati insieme al magazine, differenziano in ogni copia la quarta di copertina.

La logica partecipativa del *Fefè magazine* si ritrova in tutte le iniziative raccolte nel nome **Fefè Project**.



Il movimento di libera collaborazione di talenti ha già portato alla creazione di **un cd che sarà allegato al numero due del magazine, in uscita in primavera**. Il tema ispirato al dialogo cinematografico “Dove vuoi andare? Il più lontano possibile” (tratto da Identità Violate di J.Caruso) è dunque il filo conduttore di un cd di musiche originali dove lo stile che spazia dall’etno all’eletto-lounge si fonde con il sound design, per una serie di pezzi orecchiabili, di grande fruizione ma al tempo stesso composti di suoni, voci, brani e brandelli di vita che la musica trasforma e trasfigura.

**Le musiche originali del cd** hanno già avuto una presentazione “live”: un concerto durante la “Notte bianca” di Roma di quest’anno, con un corredo di **vjing di altissima qualità**. Brani di film – coerenti con il mondo di *Fefè* – frammenti di inquadrature, grafiche digitali si sono fuse in una fitta trama di immagini in movimento che ha rappresentato un’altra declinazione della sovrapposizione creativa. Un intenzionale, raffinato, studiatissimo flusso di inquadrature, che tenta di essere un nuovo linguaggio visivo, superando il concetto del vjing come intrattenimento.

Il *Fefè* Project raccoglie intorno ad iniziative ogni volta diverse un certo numero di creativi: come una factory senza fissa dimora è spinto avanti da una logica di ibridazione e ha già messo in campo una serie di **produzioni fashion**: borse e cinte di vari modelli che sono composti dalle stesse pagine stampate di *Fefè*. Fogli che riproducono brani delle opere diventano parte dell’oggetto di moda secondo un procedimento che il fashion designer Luigi Mulas ha scelto come cifra distintiva del suo stile. Ogni numero del trimestrale è accompagnato **da una collezione esclusiva di 100 pezzi, tra borse e cinte, che inglobano i famosi Mimo di Fefè**: un magazine da sfogliare e da indossare.

Completano la rosa di sorprese gli impegni “Live” di *Fefè*. Momenti dove l’esuberante creatività degli artisti presenti esce dalle pagine di carta stampata per diventare esperienza condivisibile con il pubblico. Condita di momenti performativi la presentazione di Roma, al Caffè Letterario, dove alcuni dei creativi presenti hanno riprodotto il loro artwork in una installazione e dove l’intervista agli autori ha generato un’opera video su musica originale. **Un nuovo format invece è stato pensato per la presentazione di Milano e di Madrid**: *Fefè* invita decine di artisti giovani, non entrati nella rosa esclusiva dei 25, a creare dal vivo un’opera collettiva ispirata dal tema dell’issue. Ognuno firma un frame che, affiancato agli altri, ricopre un pannello con il logo di *Fefè* al centro.

Infine il sito **fefeproject.com**: on line a partire dal primo giorno di presentazione – il 19 dicembre 2006 – il sito di *Fefè visual magazine* è espressione del Project: ogni tre mesi compare una apertura ispirata al tema, tutte le pagine e le opere del numero in corso sono visibili. Infine dal sito è possibile seguire le numerose iniziative di *Fefè* e **attraverso il sito è possibile candidarsi per essere invitato a partecipare**. La candidatura è aperta a partecipanti di ogni nazionalità.

*Fefè* è una idea di Luigi Vernieri, Direttore della Scuola di Arti Visive dell’Istituto Europeo di Design di Roma. È pubblicato da Bunkerlab, già editore di *Filmaker’s Magazine* e curato dalla redazione di *Next Exit* creatività e lavoro.