

The screenshot shows the ILTEMPO.IT website interface. At the top, there's a navigation bar with categories like POLITICA, CRONACHE, ESTERI, ECONOMIA, SPORT, CULTURA & SPETTACOLI, ROMA CAPITALE, ABRUZZO, MOLISE, MULTIMEDIA, CINEMA, TEATRO, TELEVISIONE, MUSICA, LIBRI, ARTE. Below this is a red banner for 'casa.it' with the text 'Più di annunci di vendita e affitto. Cerca Subito'. The main article is dated 18/11/2013 06:05 and has the title 'Un anno di follie comincia sempre dal calendario'. The sub-headline is 'Donne e motori (ma non solo) per il 2014'. The article text starts with '«Ma lo sai che quest'anno non mi hanno regalato nemmeno un calendario?»'. To the right of the article, there are social media sharing buttons for Twitter, Google+, Facebook, and LinkedIn. Below the article, there's a small image of a person in a military-style uniform. On the far right, there's a vertical advertisement for 'diamo' with the text 'Interni in pelle'.

18/11/2013 06:05

Un anno di follie comincia sempre dal calendario

Donne e motori (ma non solo) per il 2014

Altri articoli che parlano di...

- **Categorie (1)**

- Cultura & Spettacoli

«Ma lo sai che quest'anno non mi hanno regalato nemmeno un calendario?» La frase risuona con una nota drammatica verso il due-tre gennaio. Sì: del calendario gli sprovveduti (ma non lo siamo un po' tutti?) si ricordano solo quando ormai è troppo tardi e due o tre giorni sono irrimediabilmente perduti. Il calendario è quella cosa che quasi nessuno pensa di comprare, ma del quale tutti hanno bisogno. La speranza è che questo oggetto, nel formato preferito: da tavolo, da parete o da taschino (esistono ancora anche questi) arrivi in dono. Ma quello giusto, di solito, non arriva mai.

Certo è che il calendario ormai è uno status symbol. E che status symbol: bello, di moda, economico. Insomma, in questi tempi di crisi uno status symbol che, al massimo, costa qualche dieci euro è veramente prezioso. E non crediate che in questo settore la faccia da padrone il solito binomio donne-e-motori... È finita l'epoca dei meccanici che, ogni giorno, tiravano su la serranda ammirando le curve di Nadia Cassini stampate a colori su fogli patinati unti di olio Castrol sugli angoli.

Oggi il binomio donne-e-motori regge, ma con libere interpretazioni. Basta con lo sfruttamento della figura femminile... meglio far lavorare i dipendenti. MotoCorsa, un concessionario delle moto Ducati a Portland, in Oregon, dopo aver realizzato degli scatti con una modella accanto a una moto, ha preso come testimonial i suoi stessi dipendenti, facendoli posare come la ragazza. Il risultato? Divertentissimo!

Certo, volendo andare a caccia di grazia femminile, decisamente meglio quella di Uma Thurman che, dopo un iniziale attimo di smarrimento, ha accettato di essere la musa del Calendario Campari 2014 firmato dal grande Koto Bolofo. Il risultato? Esplosivo! Uma pensava forse di non avere più l'età per fare la pin-up (ma sì, diciamolo: ha 43 anni) e invece il ruolo le riesce benissimo e con l'immane pizzico di ironia che la contraddistingue in tutte le sue interpretazioni. Ognuno dei 12 scatti ricorda una nazione del mondo e Uma è «nella parte» tanto nelle vesti della gheisha giapponese (ma fa venire sempre in mente la «sposa» di «Kill Bill») che in quelli maschili del ballerino di tango argentino.

Ma non c'è solo novità nella gara dei calendari: i più desiderati sono quelli nel «solco della tradizione», come il classico Frate Indovino che ormai è diventato una sorta di «multinazionale» della solidarietà: di Frate indovino, infatti, oltre al classico calendario da parete che tutti vogliono dietro la porta della cucina, ci sono l'Almanacco, il mensile, le tisane... **E come non pensare subito anche al Barbanera che con i consigli su come interpretare i sogni, ma anche con quelli per orto e giardino, accompagna gli italiani dal 1762.** Per i nostalgici nel senso politico della parola c'è il calendario di Predappio tricolore, dedicato a Mussolini.

Per chi proprio non riuscisse a trovare sul mercato il «suo calendario», magari perché il formato o il soggetto proprio non va, niente paura: esistono tipografie in grado di offrire ogni tipo di calendari personalizzati per prezzi decisamente popolari.

Il più gettonato? Certamente il calendario di Totò: non c'è azienda che non ne abbia uno in catalogo. Forse non sarà alla moda come i blasonatissimi Pirelli o ForMen, quest'anno con la bella Raffaella Fico, ma l'espressione del grande principe De Curtis che urla nell'imbuto: «Vota Antonio!», un sorriso lo strappa sempre.

Antonio Angeli