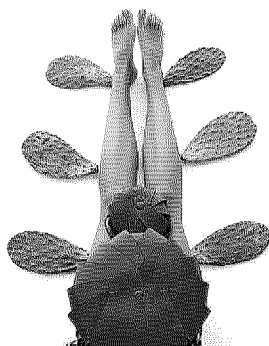


Stile&stiletto**TheOneMilano:
arte e moda
in oltre 100 brand****DANIELA MASTROMATTEI**

La fashion week scalda i motori. Manca poco alle sfilate milanesi e intanto si parte con TheOne che andrà in scena negli spazi di **Fiera Milano** Rho dal 19 al 22 febbraio. In mostra 115 brand italiani e internazionali con collezioni mirate all'abbigliamento outerwear e al total look ma non solo: il Salone si presenta anche con idee, progetti e realtà che guardano alla sostenibilità.

Il titolo "Time out" richiama l'abbigliamento dedicato all'aria aperta. Cappotti, piumini, pellicce e montoni creati in versione digitale per sistemi produttivi che devono impegnarsi ad evitare gli sprechi nel rispetto della materia prima, delle ore di lavoro, dell'utilizzo attento dell'energia. E con "Twins", che hanno le stesse proporzioni dei loro doppi reali e che alla fine della loro passerella lanciano un messaggio in più, quello della naturalità di cui sono fatti i capi degli espositori del Salone, diventano fiori, terra, aria, alberi nel racconto senza fine del valore del prodotto naturale, che può essere riciclato, riproposto o sottoposto a creatività. L'outerwear invece viene spiegato in tutte le sue declinazioni. Per donna e per uomo, classico o sportivo, naturale o tecnico, dinamico e versatile. Tutto declinato in un'ottica di haute-à-porter. Tessuti preziosi, lane spazzolate, casentino, mohair e tweed pronti ad affrontare le intemperie per un look posh e demi-couture. Spazio alle pel-



BELLEZZA UTILE
La mostra raccoglie le immagini del maestro della fotografia di moda Heinz Schattner

licce Furmark, certificate così come le giacche aviator e da motociclista, e i bomber che si fanno più raffinati. Il must è giocare con le proporzioni, per soluzioni modernissime, spesso oversize, squadrate e indirizzate alla fascia più giovane del mercato.

All'interno della rassegna Confindustria Moda ha organizzato al Meet Digital Culture Center a Milano in Porta Venezia la mostra "La bellezza utile", dedicata alle immagini più significative realizzate in oltre 40 anni di lavoro dal maestro della fotografia di moda Heinz Schattner.

Risultato di un'accurata selezione di scatti contenuti nell'archivio iconografico di Schattner - un viaggio iniziato nel mondo della fotografia analogica, che si è evoluto, atualizzandosi fino a diventare, un racconto digitale. «Come le foto di Schattner, i prodotti moda del made in Italy non sono neutri ma raccontano la perfezione manifatturiera utilizzando immagini nitide, ordinate, quasi spoglie nella loro intensità, oggetti che sono bellezza assoluta ma anche utilità contestualizzata: le sezioni delle produzioni made in Italy costruiscono uno storytelling completo con le foto di contesto che le accompagnano e le circondano (paesaggi, ritratti, superfici), in una panoramica sui prodotti e sulla cultura italiana, sorta di full immersion mediterranea che lascia il segno», ha spiegato Ercole Botto Poala, Presidente di Confindustria Moda.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

