

L'idea di Ovs

**La collezione
ispirata all'arte
che aiuta
a finanziare
i restauri**

I decori del rosone di pietra della Chiesa di San Pietro di Tuscania (VT) ripetuti all'infinito nella trama di pizzi macramé su top e abiti candidi con le maniche arricciate. I mosaici della Casa romana di Spoleto stampati sulla camiceria regimental maschile e sulle scarpe di tela. Le prospettive barocche della cupola di Sant'Ilvo, alla Sapienza di Roma, riportate sulle magliette. «Arts of Italy», si chiama così il progetto innovativo di Ovs: una collezione di abiti, gonne, t-shirt che rende omaggio all'arte italiana meno conosciuta e la cui vendita servirà a finanziarne il restauro. Un'idea accolta con entusiasmo dal ministro dei beni e delle attività culturali Dario Franceschini che ha voluto presentarla alla biblioteca Braidense di Milano per far arrivare forte il messaggio agli imprenditori: «Mi auguro che altre aziende seguano l'esempio di Ovs. È ora di fare cadere la barriera tra pubblico e privato. Non ci sono più alibi — ha scandito —. Da un anno il nostro Paese ha l'incentivo più forte d'Europa: un'impresa che vuole donare fondi per il recupero di opere ha il 65 per cento di credito fiscale». E per sponsorizzare un'opera non serve più la gara. La collezione di vestiti ispirati all'arte ha un curatore autorevole come Davide

Rampello, che ha selezionato alcune meraviglie nascoste, scovate durante il suo viaggio italiano per Padiglione Zero. «Il dettaglio riproposto sui capi ci permette di vedere il lavoro di intagliatori, scalpellatori, architetti, persone che hanno lavorato per gloria e decoro, con quella sapienza che unisce manualità e creatività. E proprio la moda testimonia quel che è stata l'arte in Italia», sottolinea Rampello, ricordando le sete bolognesi del '600 e la spoletta

nata a Ravenna. Dal canto suo, Stefano Beraldo, amministratore delegato di Ovs, promotore del progetto che «all'inizio sembrava strampalato» assicura che tutto l'utile generato dalla vendita della capsule artistica sarà devoluto al finanziamento del restauro di capolavori oggi rimasti fuori dal circuito turistico». Testimonial della campagna Giovanni Allevi, Chiara Gamberale, Eleonora Giovanardi (foto), Margareth Madè, Silvio Muccino e Alessandro Preziosi, Achille Bonito Oliva e Marta Ferri, ritratti da Pierpaolo Ferrari nei luoghi dell'arte che indossano. «Arte, moda, natura e gastronomia: dobbiamo valorizzarne il legame — ha concluso Franceschini — per essere vincenti con il Gran tour del turismo globale».

MT.V.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Two pages of a magazine or newspaper advertisement. The left page features a headline 'La signora che non credo «tagli stilisti»' and an image of a woman. Below it are several smaller advertisements for 'RIVANI' (€590), 'ASSABO', and 'C&O'. The right page features a headline 'In seta lucida o jacquard Bomber: il pozzo forte del nuovo a-gender' and an image of a bomber jacket. Below it is an advertisement for 'PREGUNTA' featuring a hammer and nails.