

Betterelli per Furla Talent Hub

Silvio Betterelli nonostante la sua giovane età, si presenta uno dei talenti più proficui e attivi nel campo della moda Italiana degli ultimi anni. Arrivato secondo nel 2003 al concorso internazionale Mittelmoda; unico italiano al Fashion Grand Prix in Giappone nel 2006, finalista di Who's on Next nel 2007 e per la stagione A/I 2009/10 presenta una collezione di scarpe ed accessori per il progetto Furla Talent Hub, nato per promuovere promettenti designer emergenti.

Diplomato in Sardegna in arte del tessuto, ha da subito sviluppato l'amore per la matericità del capo moda; trasferitosi a Milano ha continuato gli studi alla Naba nel corso di fashion *textile* design per poi perfezionarsi un anno alla University of Plymouth in Inghilterra.

Un ragazzo intraprendente e determinato che crede nel valore della ricerca continua e nel confronto per accrescere le proprie capacità professionali; fin dagli ultimi anni di studio collaborava come consulente stilista, contribuendo ad alimentare il proprio bagaglio di conoscenze e abilità.

Per Betterelli è importante continuare a dibattere ed interrogarsi sul ruolo del prêt-à-porter ed essere sempre presenti con il marchio Silvio Betterelli a Milano Moda Donna e nelle fiere di settore per guadagnare visibilità e comunicare un brand giovane come il suo, per cui è ancora difficile impostare una strategia comunicativa completa.

Come definirebbe l'identità del suo marchio?

E' un'identità in evoluzione, faccio molta fatica a inserirmi in un'immagine definita, perché ogni volta che prendo in mano una matita, succede qualcosa che mi fa rimettere in

discussione tutto ciò che ho già fatto. Seguo una ricerca di stravolgimento del classico e del formale che sia contemporaneo, elegante e che non manchi mai di un qualche elemento di rottura, destabilizzante, di un "intruso".

Cura del dettaglio e delle rifiniture sono i tratti caratteristici delle sue collezioni unite ad una sperimentazione formale su camice, giacche e pantaloni, molto apprezzata dal pubblico e che permette a Silvio di esprimere diversi concetti.

Negli ultimi anni ha lavorato con molte aziende ai livelli più alti della produzione Made in Italy acquisendo esperienze in diversi settori, quali knitwear, jersey e pelle che l'hanno reso più abile e completo nella gestione di differenti materiali e relativi trattamenti innovativi da poter utilizzare per i suoi capi.

Che valori trasmette secondo lei il prodotto Made in Italy?

Concretezza, contenuto, qualità capacità e amore. Chiunque anche l'osservatore più distratto si renderebbe conto di avere in mano un capo fatto di tessuti preziosi, ben confezionato e con del contenuto rimandabile ai dettami dell'eccellenza Made in Italy .

"*Sonazzos*", *Alta Roma '06*

Una tra le sue collezioni più celebri è "Sonazzos", presentata ad Alta Roma nel Gennaio 2006 dopo la vittoria del premio Masters of Linen promosso dal Centro Lino Italiano. Una sfilata in onore della sua terra, la Sardegna, ispirata ai campanacci in ferro ottonato della tradizione, che sottolinea l'attaccamento del giovane designer agli usi e costumi locali che sa reinterpretare grazie alla sua formazione, alla ricerca costante e allo studio dei materiali.

Il target di riferimento del brand Silvio Betterelli è una donna contemporanea e sofisticata,

colta e audace. Sensuale, con una femminilità non ostentata, ma forte e passionale.

Per lo stilista l'eleganza è uno stato d'animo, qualcosa di soggettivo e intangibile, che cambia con l'evolversi del gusto e del tempo.

Come interpreta la figura del designer del terzo millennio? Quale funzione ha nella costruzione dello stile?

Il designer del terzo millennio è prima di tutto un operaio…! Si lavora davvero tanto e duramente; ai designer di moda sono richieste sempre maggiori capacità tecniche operative per poter seguire e far nascere una collezione.

Per quel che riguarda lo stile, si tratta di un'attitudine che può essere innata ma che deve senz'altro essere coltivata, quella di essere filtro del nostro tempo, capire, scoprire e cercare. Solo chi oggi riesce veramente ad avere sensazioni di quello che sarà il domani riesce poi a presentare progetti in grado di cambiare le percezioni dello stile.

Condivide l'idea che il processo creativo termini con l'azione del consumatore?

Non saprei…forse per chi crea finisce nel momento in cui prende forma ciò che prima era sensazione, ciò non toglie che il consumatore a sua volta crei componendo, scegliendo e rimescolando il già creato. Non per niente questa è poi diventata una professione della moda e della creatività legata all'immagine: lo stylist.

Silvio ha anche co-fondato con la designer Martina Grasselli il marchio *SM.og Milano*, con il quale è presente al Salone del Mobile. Un laboratorio creativo che da vita a progetti di design e comunicazione, partito con un progetto di *recycling* su commissione per A.N.G.E.L.O e distribuito dalla Stardust di Prato.

Un progetto che le piacerebbe realizzare in futuro?

Qualcosa di legato all'arte. Ho avuto modo di collaborare con alcuni giovani artisti contemporanei, molto bravi e quotati. Allo stesso tema assegnato io ho lavorato creando cose attorno al corpo, quindi vicino alla moda, loro hanno fatto delle installazioni secondo il loro solito processo creativo.

E' stato molto stimolante, nel tempo vorrei avere l'opportunità di fare progetti moda sempre più trasversali e meno legati all'esigenza di fruirne.