FOTO SHOE Data: settembre 2012

In anteprima da Filo - A sneak preview of Filo

L'ECCELLENZA NEI MODI DI FARE

Excellence in approach

di Paola Palmieri

Filo, salone internazionale di filati e fibre ha presentato la sua 38.ma edizione con due conferenze stampa:a Biella il 25 giugno 2012 e a Milano il 26 giugno 2012

"Modi di Fare" è il leit-motiv scelto per la 38ª edizione di Filo. E nel secondo decennio del XXI secolo, il "modo di fare" una fiera non può prescindere dalla comunicazione via web con espositori e buyer. "Una delle novità di questa 38.ma edizione di Filo è il nostro sito internet" - dice Carlotta Barbero - "Oltre a una revisione grafica e di immagine, abbiamo puntato a migliorare i contenuti. Il nuovo sito è accattivante e diretto. Basta andare su www.filo.it e fin dalla prima schermata si scopre la semplicità di navigazione: con un click si raggiungono le aree di maggiore interesse. Tante foto in presa diretta e qualche riferimento di mappe movimentano la navigazione. Per noi dell'organizzazione, il sito è una vetrina, ma soprattutto uno strumento di lavoro e di condivisione di informazioni con i nostri espositori".

Sul piano concreto delle aziende che il 10 e 11 ottobre esporranno le loro collezioni nel Centro Congressi delle Stelline a Milano, le notizie sono altrettanto buone. Spiega Paolo Monfermoso: "Continua il trend positivo nelle adesioni degli espositori che a oggi sono in linea con le edizioni passate sia nel numero sia nei metri quadri. La positività è anche supportata dal fatto che nel parco clienti si stanno annoverando espositori provenienti da più parti del mondo. Come per la passata edizione, possiamo segnalare la presenza di alcuni nuovi espositori. Questi risultati sono il frutto di una manifestazione che negli anni ha saputo sempre più arricchirsi e confermarsi come punto di riferimento per gli esperti del settore. Tutto ciò è accaduto grazie al forte slancio imprenditoriale che vede le aziende come uniche protagoniste della "due giorni milanese". Un trend che nell'edizione passata è stato confermato anche da parte dei visitatori".

Sono segnali di ottimismo per un comparto, quello della filatura made in Italy, che ha chiuso in modo positivo il 2011, con un aumento del fatturato del 16,4 per cento, una crescita della domanda interna intra-filiera del 7,3 e delle esportazioni dell'11,2 per cento. Questi risultati, tuttavia, sono stati ottenuti prevalentemente nei primi nove mesi dell'anno e dunque lasciano margini di incertezza sulle prospettive future, rendendo perciò particolarmente importanti gli appuntamenti fieristici come Filo.

E' per questo, per l'edizione n. 38 di Filo le proposte sviluppo prodotto elaborate da Gianni Bologna si declinano intorno al concetto di "Modi di Fare", di cui riportiamo i punti più salienti qui di seguito.

Ricordiamo infine che la 38.ma edizione di Filo si terrà il 10 e 11 ottobre 2012 al Centro Congressi Le Stelline di Milano.

"Modi di fare"

"Forse il titolo più giusto per la presentazione di questa stagione sarebbe stato 'contraddizioni' poiché ogni giorno queste sono sotto gli occhi di tutti ed è sempre più arduo distinguere non solo una linea o alcune linee comuni, ma, sia nel prodotto a monte sia in quello a valle, persino discernere la bellezza dalla bruttura, l'inutile dall'utile, il sensato dal privo di senso o, peggio ancora e sempre più spesso, il decente dall'indecente" – queste le parole dell'esperto Gianni Bologna alla presentazione delle tendenze di Filo, rassegna del tessile in programma al Palazzo delle Stelline nel prossimo mese di ottobre.

"Vien fatto di pensare che le contraddizioni e gli estremismi dei modi vestimentari sono figli della stessa fenomenologia: quella dell'implosione del significato e dell'importanza della forma statuita, canonica, in qualche modo 'fissata' in passato dai corsi alterni della moda (non solo relativa all'abbigliamento) e che, senza questi aspetti 'normativi', nessun modo vestimentario né alcun modo 'creativo' in senso lato può ormai essere considerato 'moda'. La critica puntuale e severa sul design industriale e sulle sue finalità estetiche e pratiche, che ora si sta facendo strada da più parti, ne è ulteriore riprova.

Un vasto settore del mainstream comunicativo insiste pesantemente sul naturale e sull'eco-compatibile che, se pare essere senza dubbio politically correct, non riesce però a fugare del tutto la sensazione che in grande parte questo trend possa rivelarsi soprattutto un pensiero scaramantico di fronte al degrado di un ambiente naturale in rapido disfacimento.

Come contraltare, non sfugge a nessuno come - soprattutto presso certi ambiti creativi non solo della moda/abbigliamento, ma più in generale in tutti quelli del pensiero e della progettazione creativa d'avanguardia - non si abbia soltanto voglia di guardare, o meglio, di 'rivisitare' il passato e immaginare il futuro in chiave ecologica o bio-compatibile neo-integralista. Ma ci sia anche la pulsione a guardare al domani, in termini più o meno realistici, fantastici o fantascientifici, e ad immaginare materiali direttamente discendenti da quella 'onda' tecnologico-performante degli anni Novanta, con aspetti eminentemente man made, che

da un po' di anni pareva passata in secondo piano. Quasi ci sia la sensazione e la convinzione che questo è ciò che ci aspetta al varco come la vera sfida per chi vuole immaginare il 'nuovo' da gestirsi con coscienza (ovviamente anche ecologica) e sapienza.
Quanto detto sin qui va collegato strettamente ad un altro messaggio portante che è quello delle forme (e aggiungerei anche dei contenuti) essenziali. Un essenzialismo che possiamo facilmente far risalire alla contingenza economico-sociale e al bisogno di eliminare il superfluo. Ma è altresì un minimalismo visto come un desiderio di conformarsi alla necessità di discrezione e, non da ultimo, è rivalsa e risposta concettuale, culturale e quasi polemica con l'esagerazione del decoro e dell'esibizione propria di altri mercati e ceti sociali. Peraltro, da non ignorarsi affatto dal punto di vista del marketing e che fa oggetto dell'altra 'polarità' illustrata nelle immagini qui presenti.
Quale che sia la strada che si intende percorrere una cosa però è assodata: per lavorare ad un livello compatibile con la produzione dei Paesi industrialmente avanzati bisogna avere in mente alcune parole chiave senza le quali anche la migliore creatività implode: la cura, l'attenzione al dettaglio, la quasi maniacale meticolosità, la componente di affettività di diretta discendenza artigianale e la tecnologia, unica, acuminata e sofisticatissima freccia che resta nel nostro arco, soprattutto se congiunta a quella della tradizione creativa. Questo concetto è stato il leit-motiv che ha sotteso gli ultimi anni delle nostre proposte di sviluppo prodotto e continua ad esserlo, se possibile con ancora maggiore precisione. Sia che lo si applichi alla tendenza verso l'estremo essenzialismo e minimalismo sia che lo si applichi alla ricerca di ridondanza decorativa.
Proprio per sottolineare la strana contiguità e l'interrelazione solo apparentemente contraddittoria dei vari "modi" non si è voluto dividere la presentazione in parti, ma la si è organizzata in un continuum di immagini e di ispirazioni".