

## Un "Filo" a regola d'arte

# Alle Stelline, un "Filo" davvero a regola d'arte

MILANO

"Filo", il salone internazionale dei filati e delle fibre tessili organizzato da AssoServizi Biella, ha preso il via ieri alle Stelline di Milano in un clima prudente ma positivo. "Fatto a regola d'arte" è il tema di questa 36ª edizione.

In occasione dell'inaugurazione, la presidente Uib, Marilena Bolli, ha annunciato che il prossimo anno verrà presentato anche un evento ad hoc polarizzato sui tessili più tecnici.

● Orso a pagina 21

C'è qualcosa di nuovo tra gli stands, anzi di antico. D'accordo, qualcuno potrà pensare che fare il verso al poeta, parlando di filati, sia eccessivo. Sarà. Ma la 36ª edizione di "Filo", il salone internazionale dei filati organizzato da AssoServizi Biella, coniuga, più che nelle edizioni passate, tradizione e futuro. Un occhio alla concretezza del prodotto (le collezioni dei circa 80 marchi del parterre espositivo) e alla impeccabile tecnica produttiva frutto di un know how secolare, mentre l'altro occhio, più scanzonato, guarda alle seduzioni contemporanee. Quest'ultime, soprattutto, restituite nel bellissimo restyling dell'Area Proposte Sviluppo, arricchita ora da una serie di tavole che ripropongono, vergati nei vari toni della cartella colori, segni a metà strada tra acquerelli astratti ed esercizi orientali di calligrafia: ciascuna tavola è corredata da una frase di un celebre autore sul concetto del "Fatto a Regola d'Arte", tema, non a caso, di questa 36ª edizione di "Filo" inaugurata ieri mattina alle Stelline di Milano.

**Kermesse.** Proprio sul "Fatto a Regola d'Arte", si sono confrontati, nell'ambito della tavola rotonda che ha aperto la kermesse internazionale dei filatori, Marilena Bolli (presidente

Uib), Gianni Bologna (responsabile sviluppo prodotto di "Filo"), e gli stilisti Martino Midali e Stefano Ughetti. A quest'ultimo, è stato assegnato anche il compito di curare l'allestimento dell'Area Lounge dove ha avuto luogo l'inaugurazione del salone tessile.

A richiamare la necessità di mantenere "con caparbietà imprenditoriale" l'integrità della filiera produttiva come stru-

mento per continuare a garantire quel "fatto a regola d'arte" che è la cifra distintiva del made in Italy stesso, è stata subito Marilena Bolli. «Il filato - ha detto, infatti, il presidente Uib - è il cuore del prodotto finito ed il tema di quest'edizione nasce dall'idea di riscoprire l'enorme valore del manifatturiero come portatore di bellezza e di certezza in un mondo che corre frenetico. Questo è il vero van-

taggio competitivo che abbiamo. L'invito è quello di mantenere sane queste nostre radici ma di vivere con consapevolezza e da protagonisti il cambiamento».

Un cambiamento che "Filo" stesso ha vissuto nel tempo, ma con quella "misura" che rappresenta la cifra della sua filosofia: un piccolo salone, rigorosamente B2B, polarizzato sulle eccellenze del comparto.

Non a caso, i marchi presenti sono numericamente rimasti, più o meno, costanti nelle varie edizioni, a conferma della volontà di mantenere alta l'asticella della qualità. «Proprio in un'ottica di filiera integrata - ha aggiunto Marilena Bolli - abbiamo però ragionato sulla possibilità di guardare anche ad altri settori. Ne è nata l'idea di costruire un evento ad hoc tutto dedicato ai filati e ai tessuti di contenuto spiccatamente tecnico. L'evento sarà ufficialmente presentato il prossimo anno».

**Misura.** Della necessità di riscoprire il valore della materia prima nella sua purezza e, soprattutto, l'importanza dei processi produttivi si è detto convinto Gianni Bologna. «C'è da chiedersi - ha detto Bologna - se l'estetica "del bordello" e la merce di infima qualità proposta da brand carissimi, siano ancora un messaggio da veicolare. Nessuna controriforma, per carità: ma almeno si riscopra il principio della misura e del fatto a regola d'arte».

Un concetto su cui hanno dichiarato di concordare gli stilisti Martino Midali e Stefano Ughetti. «Per me - ha detto Midali, lo stilista che la stampa milanese ha ribattezzato "il re della maglia" - il filato è emozione, il modo per esprimere la mia creatività. Per questo, difendere un certo modo di produrre significa difendere la moda stessa».

Ughetti, fondatore di Camo, ha presentato la sua storia di giovane imprenditore-stilista.

«Dietro ogni capo - ha detto - c'è una storia ed ogni storia ha i suoi personaggi ed i suoi luoghi. Noi di "Camo" abbiamo, non a caso, fortemente voluto scrivere sotto il nostro marchio la dicitura "Biella-Italy". E' una questione di radici ma non solo: è anche un modo per dire, con orgoglio, che apparteniamo alla consolidata tradizione di un territorio che del prodotto fatto a regola d'arte ha fatto la sua bandiera».

Nostro inviato

● Giovanni Orso

Sabato altri servizi da Milano