Si è recentemente svolta a Milano la 35.ma Filo

# Creatività e innovazione

Testo e foto di Paola Palmieri

The 35th Filo edition recently held in Milan

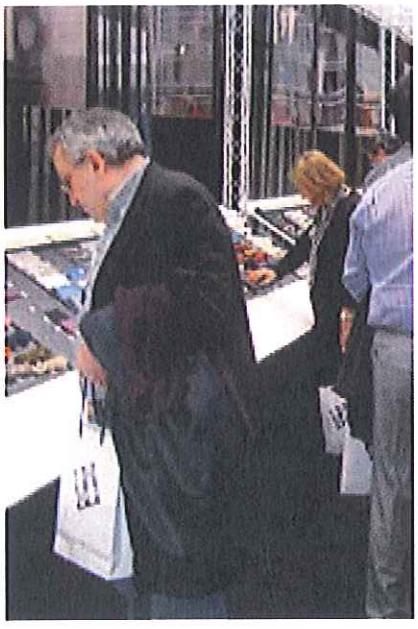
# Creativity and innovation

Sono molte le novità che hanno contraddistinto la 35.ma edizione di Filo, salone internazionale di fibre e filati organizzato da AssoServizi Biella, in programma nei giorni 15 e 16 marzo 2011 al Centro Congressi Le Stelline di Corso Magenta, 61 a Milano.

Una delle principali novità ha riguardato lo spazio espositivo, organizzato da questa edizione su un solo piano, in modo da facilitare il percorso di visita alla manifestazione dei buyer italiani e stranieri.

Nel chiostro del Palazzo delle Stelline, è stata infatti allestita una struttura in cristal e metallo, che ha ospitato non solo gli stand degli espositori, ma anche l'area tendenze. La struttura leggera e trasparente ha richiamato, nella concezione e nel lay-out, una serra. E come in una serra, è stata la luce naturale a esaltare caratteristiche e colori dei prodotti esposti. Completamente rinnovato anche l'arredamento degli stand.

Altra novità di rilievo è la ripresa della collaborazione con Ice – Istituto del Commercio con l'Estero – che ha consentito l'arrivo di un più alto numero di delegazioni da paesi stranieri. Il rinnovato rapporto con Ice risponde dunque a uno degli obiettivi che Filo si è dato per il 2011: una maggiore internazionalizzazione della manifestazione, che consenta di far conoscere meglio agli operatori professionali e ai media internazionali l'eccellenza e la ricchezza dell'offerta di fibre e filati delle aziende presenti a Filo e favorire così la proiezione delle aziende espositrici sui mercati esteri.



Creatività e innovazione sono da sempre il punto di forza di Filo, come è stato evidenziato nella tavola rotonda di apertura della manifestazione ove sono stati ribaditi i concetti del "saper fare" e del "saper trasformare".

La madrina del

"made in Italy" Melba Ruffo ha esaltato i valori di bellezza e del ben fatto del made in Italy, che continua ad essere grandemente apprezzato nel mondo per le sue qualità ancora uniche e irripetibili.

Luciano Donatelli, presidente dell'Unione Industriale Biellese, ha sottolineato che "le aziende devono saper innovare e sapersi rinnovare. L'innovazione continua, il costante inseguimento del miglioramento, la prospettiva sempre orientata al futuro: sono queste le coordinate che orientano le imprese nella sfida quotidiana che le vede impegnate in prima linea per crescere in nuove nicchie di lusso sul mercato mondiale".

Spazio infine al nuovo progetto della Camera di Commercio e Unione Industriale Biellese, ovvero "Biella, Produces", volto ad attrarre nuove realtà imprenditoriali nel territorio biellese, secondo una modalità di sostegno progettata per sfruttare leggi e opportunità finanziarie che la Regione Piemonte ha riservato al territorio. In termini economici i contributi sono di notevole entità rapportati alla tipologia dell'impresa stessa, da un minimo di 300.000 euro fino a un massimo di 7.500.000 euro. Per quanto concerne gli incentivi occupazionali, oltre alle agevolazioni contributive previste dalla normativa vigente, la provincia di Biella ha previsto altri incentivi economici alle imprese che assumeranno forza lavoro.

## LE PROPOSTE PRODOTTO

All'inizio avevano tempi diversi: pret-à-porter e design industriale partivano da concetti e tempisti-

che opposte. La moda rinnovava le sue collezioni ogni sei mesi, negli ultimi anni anche più spesso. Il design e l'architettura industriali fondavano invece la loro esistenza sulla permanenza nel tempo delle loro creazioni oppure sull'innovazione tecnologica e culturale. Poi il cammino di entrambi ha cominciato a convergere. La moda, con l'activewear e gli accessori in particolare, nella ricerca di una funzione non solo estetica per i suoi prodotti, si è rivolta ad architetti e designer industriali sperando anche nelle ricadute di marketing.

D'altro canto dai primi anni Ottanta in poi un'importante corrente di designer industriali, rinunciando al criterio di permanenza, ha portato progressivamente l'estetica del design industriale verso un concetto di moda basata su un'immagine più "passeggera" e dentro lo spirito dell'età della comunicazione.

Diventa dunque interessante, secondo Nello Bologna, responsabile creatività e sviluppo prodotto di Filo, esplorare quali possono essere gli stimoli comuni ai molti campi della creatività contemporanea e cercare, al di là dei segni e delle rappresentazioni, quali siano i tratti estetici portanti comuni. Qui di seguito ecco i mega-trend per le prossime stagioni.

## PUNTI DI PARTENZA

L'estetica del minimale, il senso di nudità dell'oggetto, una carica simbolica di purezza e di essenzialità quasi mistica. Il tutto si sviluppa sui concetti della trasparenza e della leggerezza. Qui prevalgono gli aspetti tessili minimali e molto lineari sia per i tipi di qualità basati sui naturali sia per quelli basati sui man made.

## SIMMETRIA

La creatività più razionalista, fondamenta dell'edificio minimalista, si sviluppa nei settori dell'architettura, del design industriale e della moda e influenza tutti i campi creativi sino quasi alla fine del secolo scorso.
Contano dunque lo spazio, la struttura e la funzione. E' l'ambiente che dà ragione all'esistenza di un oggetto. A questi parametri si ispira profondamente anche il tessile tecnico.
Per questa sezione si pensa dunque ad aspetti di prodotto in cui la struttura tessile sia visibile e determinante per la sua estetica nonché per l'apporto che può dare al prodotto finito.

## ASIMMETRIA

Meglio di altri filoni rispecchia la tendenza attuale alla de-strutturazione. E' una sublimazione del senso di disordine e di incertezza, tratto saliente dell'oggi e modus tipicamente contemporaneo di ricerca della sensualità. La naturale asimmetria del mondo vegetale è qui pretesto per citazioni di eco-compatibilità o di ispirazione all'ambiente naturale.
Dal punto di vista del prodotto tessile si trovano

soprattutto fibre man made e miste con fibre naturali.

## SCHIZZI

Citazione d'obbligo per il megatrend "naturale", "eco-compatibile" che dà vita a un preciso settore di mercato. Le linee sono un po' imprecise o appena tratteggiate, con colori ispirati alla opacità e alle vaghezze delle tinture artigianali, con look tra l'artigianale e il naif.

L'interpretazione tessile più corrente del trend si articola su una base di fibre naturali ma nella loro versione più grezza, meno sofisticata a livello qualitativo per fasce di mercato medie o medio-alte orientate eticamente. La tecnologia viene spesso camuffata da artigianato e viene sviluppata anche grazie alla conoscenza delle tecniche artigianali.

## A MANO LIBERA

Gli oggetti che fanno parte di questa tendenza a volte classificata come "cattivo gusto" costituiscono invece il fondamento della nuova cultura popolare, del nuovo folk globale. Un mercato dunque principalmente puntato sulle giovani generazioni.

Dal punto di vista tessile si lascia libero sfogo al mix di materie e aspetti, senza pregiudizi di alcun tipo, rispondendo così al bisogno di qualcosa di surreale, non concettuale, meno tecnologico, più fantasioso e caldo.