

Ventanni di FILO

Il 9 e il 10 ottobre prossimi il salone internazionale dei filati e delle fibre, con la quarantesima edizione della rassegna, festeggia i suoi primi vent'anni di successi, con lo sguardo sempre posato sul futuro

Paolo Monfermoso, responsabile di **Filo**, sottolinea che “un compleanno così speciale va festeggiato in modo adeguato, senza rinunciare però alle caratteristiche che da sempre ispirano l'organizzazione di Filo: qualità, professionalità, efficacia. Stiamo perciò lavorando ad alcune novità e sorprese nell'allestimento e nell'area tendenze, mentre, sul versante comunicazione, abbiamo potenziato le iniziative dirette ai buyer stranieri”. “Vogliamo considerare i primi vent'anni di Filo non come un punto di arrivo, ma come un punto di partenza. Con questo sguardo rivolto al futuro, abbiamo anche scelto il tema della 40^a edizione, Giovinezza. Una giovinezza che, secondo noi, è l'incubatore di tutte le chance di crescita, delle aziende come del Paese; che è saper cogliere le opportunità e avere la capacità di innovare e rinnovarsi, unita alla volontà di accettare le sfide, anche le più difficili, come sono quelle che si presentano oggi alle imprese tessili”.

Gianni Bologna, responsabile creatività e sviluppo prodotto di Filo, nel presentare in anteprima le proposte prodotte della 40^a edizione, ricorda quanto diceva *Leo Longanesi*, “c'è una sola grande moda: la giovinezza”. E dunque, continua Bologna, “è sembrato corretto dedicare i vent'anni di Filo a chi ha vent'anni. Anche in un convinto tentativo di ritorno alla speranza di vivere un tempo 'altro' rispetto a quello che stiamo vivendo da qualche decennio”.

Giovinezza vuole dire moda (oggi meglio diremmo “mode”) per il semplice motivo che la giovinezza è sperimentale per sua natura ed è portatrice di una visione anticonvenzionale non avendo avuto materialmente il tempo di fossilizzarsi in canoni e stereotipi acquisiti.

Il compito dato è quindi quello di immaginare alcune proposte che non rispondano tanto ai canoni rigidi e codificati dello chic più o meno tradizionale, quanto alla direzione

verso un rinnovamento compatibile con le istanze più attuali, anche se a volte queste possono sembrare meno “ortodosse” dal punto di vista dell'eleganza classica.

Le proposte prodotte

Il mood principale che si è cercato di trasmettere è quello di un rimescolamento e di una giustapposizione di aspetti tessili non sempre “armonici” dal punto di vista tradizionale, ma che da tempo fanno parte della nostra estetica quotidiana, della vita che vediamo per strada o di quella che ci propongono i media. L'origine del fenomeno è senza equivoci né possibili contestazioni: tutti noi, ma in particolare i giovani, viviamo immersi nella iper-comunicazione e questa è diventata la grande formattatrice del virtuale, ma anche del reale. A differenza dei fenomeni del passato, la novità realmente rivoluzionaria di quello di oggi è che non ci chiede di uniformarci, di rinunciare a opinioni, gusti e orientamenti personali. Ci invita al contrario a formulare la nostra opinione (vedasi il dilagare dei “mi piace” sui social network). Di fatto, oggi non è certo il pensiero, l'analisi, la riflessione il vento che gonfia le vele del personalismo, ma è il gusto. E questo significa molto semplicemente che dalla adesione ideologica siamo passati alla concupiscenza, alla semplice preferenza, al capriccio infantile. Ovvero, al trionfo della iperpersonalizzazione. Che però, a ben riflettere, ci costringe a prendere atto che tutti siamo immersi in un mondo un po' schizofrenico in cui le differenze sono “differenze di massa”. L'appuntamento con la 40^a edizione di Filo è per il 9 e 10 ottobre 2013 al Centro Congressi Le Stelline di Milano. ●