

SALONE TESSILE

Filo a febbraio cambia sede «Servono spazi più ampi»

La 53^a edizione del salone dei filatori sarà al MiCo, il nuovo centro convegni di Milano

■ Filo, il salone dei filati e delle fibre per tessitura ortogonale e a maglia circolare e per tessuti tecnici, lascia la sua sede storica. Dalla prossima edizione, la 53^a, che si svolgerà il 27 e 28 febbraio 2020, sarà al "Milano Convention Centre - MiCo", nella zona San Siro, accanto al nuovo centro commerciale City Life.

Ieri all'Unione industriale, il responsabile di Filo Paolo Monfermoso ha spiegato agli espositori biellesi le novità. «Finalmente avremo spazi più ampi, adeguati alla manifestazione che è cresciuta nel tempo: nella precedente sede, il Palazzo delle Stelline, eravamo ormai troppo allo stretto. Ora avremo a disposizione un'area di 7mila metri quadrati. Noi ne occuperemo 4.500. Troveranno spazi gli stand degli espositori e diverse aree comuni, dove saranno proposti un servizio di caffetteria e ristorazione, le aree per la stampa, le zone relax per fare una sosta nel corso della vista.

Ma soprattutto» continua «ci sarà una grande zona dedicata alle tendenze della stagione, con le proposte degli espositori e uno spazio per "Filoflow" dedicato ai filati "sostenibili".

Un'altra novità è rappresentata dalle giornate scelte per la fiera: non più il mercoledì e giovedì ma il giovedì e venerdì: vedremo come sarà la risposta dei visitatori».

Restano ferme le caratteristiche fondamentali di Filo che è innanzitutto una fiera "business to business", orientata all'efficacia e alla concretezza e fondata sull'eccellenza e la sostenibilità delle aziende e dei prodotti esposti. **MARIALUISA PACCHIONI**



Il prodotto

BOLOGNA: «LE PROPOSTE PER NON UNIFORMARSI»

Il responsabile della creatività e stile di Filo Gianni Bologna ieri mattina, in occasione della presentazione del salone di febbraio, ha illustrato agli espositori e alla stampa le proposte di sviluppo prodotto per la nuova stagione.

«Il titolo "Wunderkammer" la camera delle meraviglie è una metafora del mondo attuale...» spiega Bologna. «E' una "summa" estetica, una raccolta di bellezze e brutture, una sorta di viaggio... Il consumatore sempre più si indirizza verso prodotti che garantiscono la trasparenza sulla composizione di tessuti luoghi e condizioni di produzione del capo di abbigliamento: lo scopo è quello di discostarsi dalla uniformità crescente della moda globale, dalla noia generata dalle vetrine debordanti di cose perfettamente seriali e identiche in qualsiasi parte del globo».