

News - 13/06/2024

"Filo-Sophy" per la 62a edizione di Filo

Sono online le proposte di sviluppo prodotto presentate da Gianni Bologna, responsabile creatività e stile del salone



The banner features a dark red background. On the left, the word 'FILO' is written in large white letters, with '62nd EDITION' below it. Underneath, in smaller white text, it says 'INTERNATIONAL EXHIBITION OF YARNS AND FIBRES FOR WOVEN AND KNITTED FABRICS FOR APPAREL, FURNISHING AND TECHNICAL TEXTILE'. In the center is a diamond-shaped logo with a black and white geometric pattern and the word 'FILO' in blue. On the right, the dates '18-19 SEPTEMBER 2024' are displayed in large white letters. Below the dates, it says 'Allianz MiCo Milano Convention Centre GATE 16 • Via Gattamelata 5, Milan • Italy' and 'OPENING TIMES: DAY 1 9am-6pm | DAY 2 9am-5pm'.

In vista della 62a edizione di **Filo**, in programma il **18 e 19 settembre 2024** all'Allianz MiCo di Milano, sono disponibili online le nuove proposte di sviluppo prodotto del salone internazionale di fibre e i filati per tessitura organizzato da Assoservizi Biella.

Le proposte creative di Filo, realizzate da **Gianni Bologna**, responsabile creatività e stile di Filo, hanno un carattere unico nel panorama tessile, in quanto sono focalizzate sul prodotto e sui processi di lavorazione.

Il macro-tema scelto da Gianni Bologna per la prossima edizione di Filo è "**Filo-Sophy**" che si articola in: **Street-Tease**, **Wiki Filo** e **Filo-Logico**.

[Guarda il video](#)

Le parole di Gianni Bologna, responsabile creatività e stile

"Per questa edizione di Filo abbiamo preso in considerazione il rapporto, ora mutato, che esisteva fino a qualche anno fa tra i concetti di **piacevolezza** e di ripulsa **estetica**; tra i canoni dell'accettabile e dell'inaccettabile; tra il passatismo, il presentismo e il futurismo, così da rivalutare un'estetica nella quale il rapporto tra il dentro e il fuori, tra il qui e il là non viene più né pensato né rappresentato in termini di contrapposizione radicale, ma nella forma di un intermedio che tiene insieme questi termini proprio attraverso l'emergere e il sottolineare della loro distanza".

Il commento di Paolo Monfermoso, responsabile Filo

"Filo•Sophy – il titolo che abbiamo dato alle proposte creative che presentiamo oggi – ha un altissimo contenuto creativo e innovativo, come accade per ogni edizione di Filo grazie al prezioso lavoro di Gianni Bologna. Ogni volta, infatti, le nostre proposte di sviluppo prodotto riescono a catturare ed esprimere quel concetto di "**dialogo creativo**" con i nostri espositori che ci è molto caro. Mettendo in primo piano la continua ricerca sul prodotto, e dunque la filosofia del savoir faire tipica delle nostre manifatture, le proposte creative sono il fiore all'occhiello di Filo perché sono pensate, elaborate e realizzate proprio per essere "fruite" dalle aziende espositrici nel loro lavoro quotidiano".