

Tessuti: ritorno all'ordine

Textiles: the return to order



di/by: Lia Luzzatto
e Renata Pompas

Il primo decennio del duemila si chiude con una grande varietà ed eterogeneità di proposte, con tendenze spesso contrastanti e conflittuali, immagine della complessità del momento storico. Ma le previsioni successive mostrano un'inversione di tendenza.

La sintesi di quanto viene indicato come orientamento generale dai vari produttori tessili italiani per l'autunno inverno 2009-2010 è: ritorno all'ordine.

I distretti di Biella, Como, Firenze e Nord Italia, con i cinque marchi delle rassegne che li rappresentano – Idea Biella, IdeaComo, Moda In, Prato Expo e Shirt Avenue – riuniti nella più importante fiera tessile europea, "Milano Unica", da quest'anno hanno unificato anche le aree tendenza in un'unica zona espositiva all'interno della Fiera al Portello di Milano, organizzata secondo i principali mood individuati dalla Commissione Stile.

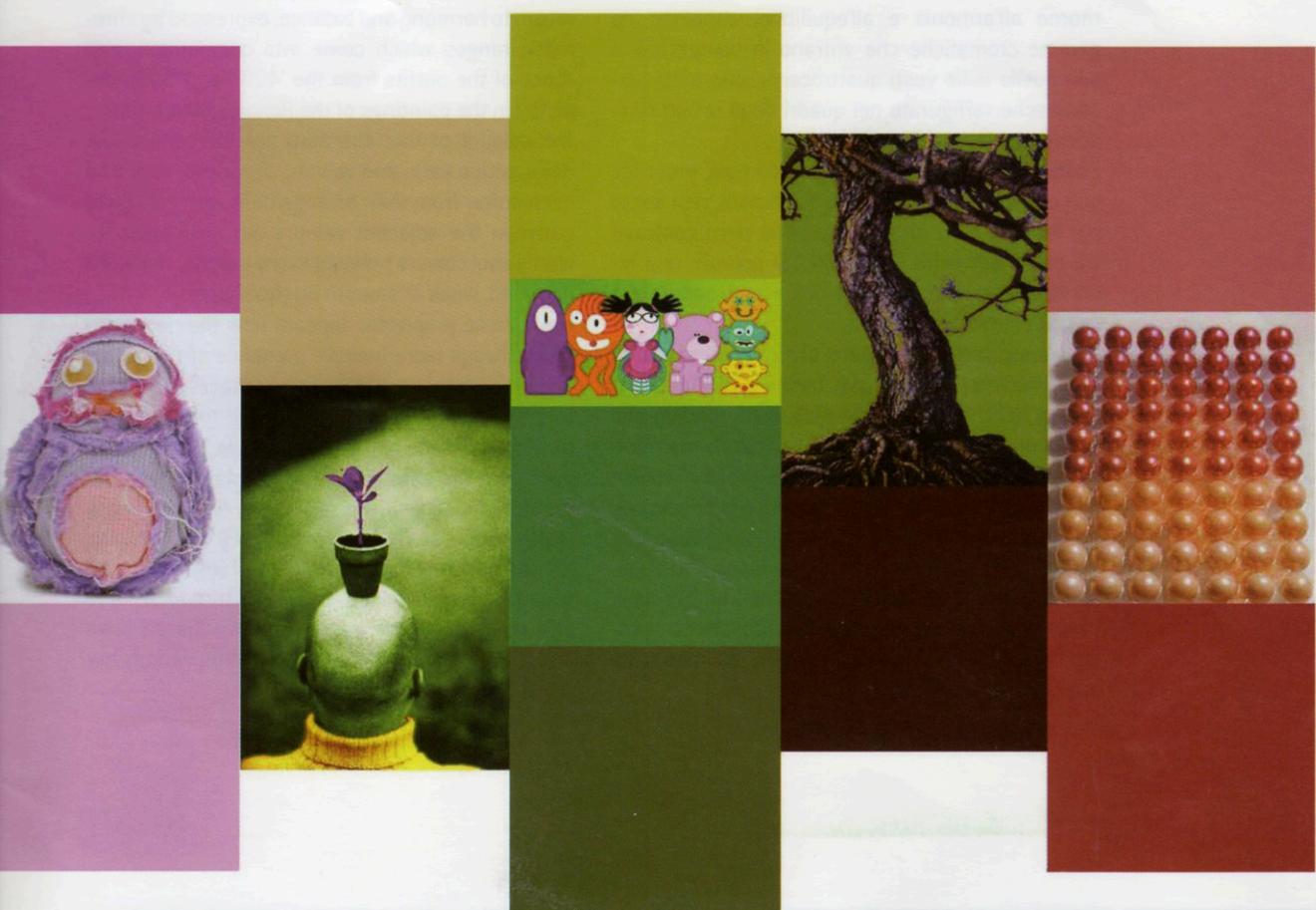
Con le loro offerte, con l'alta qualità dei prodotti e l'esclusività delle lavorazioni e con la ricerca di

The first decade of the new millennium closes with a wide variety and diversity of proposals, with often contrasting and hostile trends, image of the complexity of the historical moment. But the following forecasts show a reversal in the trend.

The summary of what is indicated as a general orientation from the various Italian textile producers for the fall-winter 2009-2010 season is: the return to order.

The districts of Biella, Como, Florence and northern Italy, with the five logos of the reviews which represent them – Idea Biella, Idea Como, Moda In, Prato Expo and Shirt Avenue – gathered in the most important European textile trade fair, "Milano Unica", from this year have unified even the trend areas in a unique exhibition area inside the Fiera at Milano Portello, organized according to the main moods identified by the Style Commission.

With their proposals, with the high quality of their products and the exclusivity of the manufactur-



nuove estetiche, capaci di attrarre un consumatore attento e competente che è continuamente bersagliato da novità più o meno consistenti, i produttori puntano alla tenuta del successo sui mercati emergenti dell'Est europeo, della Corea e della Cina, esportare la tradizione e la cultura tipicamente italiane, che ha pesato notevolmente su questo successo.

Il richiamo al lusso si dichiara nelle scintillanti superfici con effetti olografati, nei trattamenti alveolari high-tech, nelle screziature dorate e argentate accostate al nero, in un mix di lucentezza suntuosa che ricorda i metalli più preziosi e di avveniristica tecnologica.

Ma il "valore aggiunto" dell'italianità si esprime anche attraverso la scelta delle proposte cromatiche: una palette di nuance che mostra, attraverso il gioco degli accostamenti e delle alternanze, un chiaro riferimento al periodo d'oro della cultura italiana: il Rinascimento.

ing and with the search for new aesthetics, able to attract a conscious and competent consumer who is continuously targeted by novelties, more or less consistent, the producers aim at the capacity of success in the emerging markets of Eastern Europe, Korea and China, exporting typical Italian tradition and culture which has had an important role in this success.

The recall to luxury is declared in the sparkling surfaces with holographic effects, in the high-tech beehive treatments, in the gold and silver speckles matched with black, in a mixture of sumptuous shininess which remembers the most precious metals and futuristic technology.

But the "added value" of the made in Italy is expressed through the choice of the chromatic proposals: a range of nuances which show, through the play of matches and rotations, a clear reference to the golden age of Italian culture: the Renaissance.