la $pola.com
Edizione unica
il Settimanale del Tessile Abbigliamento

Speciale Filo

Dicono negli stand...

"Mantenere il consolidato è già un vantaggio". In queste parole di Luciano Bandi, direttore delle vendite di Zegna Baruffa Lane Borgosesia, a Filo col marchio Botto Poala, c'è il riassunto del sentimento diffuso che ha accompagnato gli espositori in questa 43' edizione del salone del filato per maglieria. Grande soddisfazione dopo il primo giorno, più moderata nel secondo ma con la sorpresa di aver ricevuto visite di clienti anche nelle ultime ore di apertura dello stand, cosa inusuale negli anni passati.

Alla fine quindi Filo va in archivio con un bilancio positivo e guarda con fiducia alle novità che ormai sono dietro la porta.

Alla **A Zeta** il binomio **Nicola Tognarelli** (*foto in alto*) e **Alessandro Aiazzi** conferma queste indicazioni ma con una dose di soddisfazione in più: "Nel primo giorno - dicono - abbiamo fatto quasi lo stesso numero di campionature fatte in due giorni nelle'dizione precedente. Per noi è stata un'affluenza record con tanti stranieri, americani e turchi in primis. Stanno cercando fantasia e gliene proponiamo anche di esasperata, visto che noi pratesi siamo rimasti gli unici a poter fornire questo prodotto".

In casa **Fil-3 Francesco Gelli** rientra negli standard: "Numero di campionature medio - dice - ma ci aspettavamo più pratesi. Hanno bilanciato questa mancanza i giapponesi, gli indiani, gli inglesi, gli spagnoli ed i francesi. La nuova cartella colori è piaciuta così come il nostro cavallo di battaglia, il bottonato, che sta tornando fuori a livello di richieste e che quindi ci fa pensare ad un buon 2015".

Tornando allo stand **Botto Poala Luciano Bandi** continua: "Ci aspettavamo un'affluenza standard, senza acuti, perchè è difficile pensare a picchi alti con questo mercato, che al momento vede i filati per tessuti più vivaci e richiesti di quelli per maglieria, che invece qualche tempo fa la facevano da padroni".

Alla bresciana **Monvania**, che presenta il marchio **Filcomo**, il rappresentante è un pratese, **Tommaso Storai** (*foto sotto*): "Considerato il contesto - dice - l'affluenza è stata buona. Non avevamo fissato appuntamenti in anticipo e quindi direi che la presenza di clienti è stata buona; lavoriamo molto con il Portogallo e la Francia e da là è arrivato chi doveva arrivare, mentre non ho visto americani e solo qualche olandese. Comunque a Milano i clienti vengono sempre volentieri anche dall'estero, perchè sanno che noi italiani siamo rimasti gli unici che producono inustrialmente col valore aggiunto dell'artigianalità. Questo ci permette di cucire il filo addosso al cliente seguendo le sue indicazioni ma proponendo anche il nostro campionario".

Grande battage pubblicitario con cartelloni e fotomontaggi divertenti alla **Safil**, dove **Filippo Dagostino** conferma le buone indicazioni della fiera: "C'è stato molto movimento, compreso il secondo giorno dopo pranzo, quando di solito cominciavano i cali. Noi a Filo vediamo i clienti lombardi e di Biella della tessitura e del jersey e quelli non sono mancati, ma c'è stato anche qualche straniero, al quale proponiamo la nostra collezione, che elaboriamo basandoci anche sulle tendenze di mercato in diretto contatto con i principali clienti".

Slogan tutto toscano alla **Elasten**, che sul depliant ufficiale di Filo e con un cartello fuori dallo stand fa sapere a tutti che loro "elasticizzano anche la mamma": Considerando che sull'invernale proponiamo i prodotti conto terzi è andata bene - dice **Giovanni Benelli**, mentre **Paolo Benelli** sfoggia con orgoglio il lino elasticizzato per il quale è stato ottenuto tre anni fa un prestigioso quanto oneroso brevetto che li mette al riparo da copiature - e ci sono stati anche nomi esteri, anche da fuori Europa, come i turchi. Noi facciamo solo Filo ma io giro molto per altre fiere come Première Vision o Denim by PV e mi sembra che le acque si stiano muovendo, forse grazie al cambio euro-dollaro; già il 2014 per noi si è chiuso bene".

Edizione particolare di Filo per **Massimo Marchi**, ad un anno quasi esatto dall'incendio che colpì la **Marchi & Fildi**. L'azienda ha ripreso pienamente l'attività: "La fiera è andata bene - dice - e nei due giorni che sono stato qua ho visto arrivare i clienti che ci aspettavamo".

Chiusura con la **G. M. Filati**, dove **Alessandro Vianello** (*foto in basso*) è soddisfatto: "Siamo in media con il 2014 - dice - anche se forse abbiamo visto meno stranieri. In ogni caso il nostro mercato è per il 90% italiano, perchè per tipologia di prodotto siamo legati più alle nostre tessiture e ai nostri lanifici".

m.g.

20-3-2015