

Filo, l'eccellenza nei "modi di fare"

"Modi di Fare" è il *leitmotiv* scelto per la 38ª edizione di FILO. E nel secondo decennio del XXI secolo, il "modo di fare" una fiera non può prescindere dalla comunicazione via web con espositori e *buyer*. «Una delle novità di questa 38ª edizione di FILO è il nostro sito internet – spiega, dall'organizzazione, Carlotta Barbero - oltre a una revisione grafica e di immagine, abbiamo puntato a migliorare i contenuti. Il nuovo sito è accattivante e diretto. Basta andare su www.filo.it e fin dalla prima schermata si scopre la semplicità di navigazione: con un click si raggiungono le aree di maggiore interesse. Tante foto in presa diretta e qualche riferimento di mappe movimentano la navigazione. Per noi dell'organizzazione, il sito è una vetrina, ma soprattutto uno strumento di lavoro e di condivisione di informazioni con i nostri espositori. Abbiamo cercato di riportare anche tutte le indicazioni utili ai visitatori, per agevolare la loro visita alla nostra fiera».

Sul piano concreto delle aziende che il 10 e 11 ottobre esporranno le loro collezioni nel Centro Congressi delle Stelline a Milano, le notizie sono altrettanto buone, come racconta Paolo Monfermoso, responsabile della manifestazione: «Continua il trend positivo nelle adesioni degli espositori che a oggi sono in linea con le edizioni passate sia nel numero sia nei metri quadri. La positività è anche supportata dal fatto che nel parco clienti si stanno annoverando espositori provenienti da più parti del mondo. Come per la passata edizione, possiamo segnalare la presenza di alcuni nuovi espositori. Questi risultati sono il frutto di una manifestazione che negli anni ha saputo sempre più arricchirsi e confermarsi come punto di riferimento per gli esperti del settore. Tutto ciò è accaduto grazie al forte slancio imprenditoriale che vede le aziende come uniche protagoniste della "due giorni milanese". Un trend che nell'edizione passata è stato confermato anche da parte dei visitatori». Sono segnali di ottimismo per un comparto, quello della filatura made in Italy, che ha chiuso in modo positivo il 2011, con un aumento del fatturato del 16,4 per cento, una crescita della domanda interna intrafiliera del 7,3 e delle esportazioni dell'11,2 per cento. Questi risultati, tuttavia, sono stati ottenuti prevalentemente nei primi nove mesi dell'anno e dunque lasciano margini di incertezza sulle prospettive future, rendendo perciò particolarmente importanti gli appuntamenti fieristici come FILO.

Il successo sui mercati internazionali non può prescindere dalla qualità dei filati, che per precisa scelta organizzativa a FILO è di altissimo livello, unita alla capacità delle imprese di essere creative e innovative. E per questo, per l'edizione n. 38 di FILO le proposte sviluppo prodotto elaborate da Gianni Bologna si declinano intorno al concetto di "Modi di Fare". Spiega Bologna: «Per lavorare ad un livello compatibile con la produzione dei Paesi industrialmente avanzati bisogna avere in mente alcune parole chiave senza le quali anche la creatività più brillante non si realizza: la cura, l'attenzione al dettaglio, la quasi maniacale meticolosità, la componente di affettività di diretta discendenza artigianale. E, sull'altro lato della medaglia, la tecnologia, d'avanguardia, l'unica, sofisticatissima, freccia che resta nel nostro arco, soprattutto se congiunta alla nostra tradizione creativa».

La 38ª edizione di FILO si tiene il 10 e 11 ottobre 2012 al Centro Congressi Le Stelline di Milano.