Filo punta su internazionalità ed eco-sostenibilità

Con il seminario “Il Filo dell’Internazionalizzazione” si è aperta ieri, 2 marzo, alle Stelline di Milano la 45esima edizione del salone dei filati e delle fibre **Filo**. Hanno avviato i lavori - che prevedevano un focus su Turchia e Francia, come mercati di sbocco delle produzioni italiane - **Marinella Loddo** dell’**Ice** di Milano, **Marilena Bolli**, **Ercole Botto Poala** e **Gianfranco Di Natale**. Clima vivace tra gli stand della manifestazione.
Marilena Bolli, all’ultima edizione di Filo come presidente dell’**Unione Industriale Biellese**, ha voluto soprattutto ringraziare l’Ice per la stretta collaborazione e il forte supporto dato alla fiera.
Ercole Botto Poala, presidente di **Milano Unica**, ha ricordato come il sistema della moda stia vivendo un momento di grande cambiamento, per affrontare il quale “fare sistema” tra il valle e il monte della filiera è fondamentale. Il punto di incontro deve essere il racconto del made in Italy, ossia del “saper fare italiano”. Altri temi cruciali sono la sostenibilità e l’innovazione, da affrontare in modo serio e non come operazioni di marketing, «perché, nell’epoca del digitale, il consumatore può rovinare la reputazione di un brand con un click».
Gianfranco Di Natale, direttore generale di **Smi**, ha messo in evidenza le iniziative volte a dare una forte accelerazione all’internazionalizzazione delle aziende italiane della moda portate avanti da Smi. In particolare ha accennato a un’operazione specifica condotta nella Federazione Russa per rilanciare gli ordini nel secondo Paese di sbocco per le nostre produzioni, in profonda crisi, partita da una ricerca sociologica sul consumatore russo.
Paolo Monfermoso, direttore generale di Filo, intervistato tra gli stand del salone, ci ha parlato dell’esperienza della trasferta a Shanghai di Filo insieme a Milano Unica lo scorso ottobre. «All’edizione numero zero abbiamo portato sette aziende - rivela -. Per il prossimo appuntamento di ottobre dobbiamo essere almeno una ventina. Stiamo presentando l’iniziativa agli imprenditori: alcuni sono curiosi, altri più spaventati: noi come sempre ci mettiamo al servizio dei nostri espositori».

Di sicuro il 21 settembre Filo presenterà le tendenze a Istanbul: la Turchia, insieme alla Francia e al Giappone, sono attualmente i mercati sotto più stretta osservazione da parte del salone e dei suoi exhibitor, oltre alla Cina.
La manifestazione di Milano, aperta anche nella giornata di oggi, 3 marzo, può contare sull'incoming di una trentina di buyer stranieri di alto profilo, selezionati insieme all'Ice.
Dinamismo e propositività tra gli stand del salone. Da segnalare, tra le tante case history, quella di **Filatura C4**, azienda di filati cardati lanieri della provincia di Pistoia che si rivolge prevalentemente al settore dell'arredo e del contract, per la prima volta a Filo.
Da un anno circa Filatura C4 è entrata nella supply chain a marchio **ReVerso**, occupandosi di trasformare la fibra ottenuta da scarti pre-consumer in filato per tessuti destinati all'arredamento e al contract. Da questo prodotto di punta in termini di eco-sostenibilità si attende ora un positivo riscontro da parte dei clienti con l'esigenza di proporre materiali sempre più green, per poter ampliare gli ambiti di utilizzo.
e.a.