

writer **Pietro Ferrari****Coerenza, unità d'intenti e positività di pensiero nella difficile sfida di un piccolo grande salone nelle parole di Paolo Monfermoso.**

Il filo del discorso

In una giornata dedicata al mondo associativo del settore tessile, abbiamo avuto l'opportunità di incontrare a Biella, nella sede dell'Unione Industriale Biellese, **Paolo Monfermoso**, responsabile del salone tessile **Filo**, la straordinaria semestrale della filatura di qualità. Ci è parso opportuno esordire con il tema, cruciale per il mondo tessile, dell'espansione sui mercati esteri.

Pietro Ferrari - Quali sono i vostri impegni nel campo dell'internazionalizzazione?

Paolo Monfermoso - "Filo, che ormai è un appuntamento riconosciuto e atteso, due volte all'anno, dagli addetti ai lavori, sta diventando nel tempo un salone sempre più internazionale, oltre che un'opportunità di promozione all'estero. Il nostro obiettivo è quello di essere un punto di riferimento in un contesto sempre più ampio. Per questa ragione abbiamo fatto una prima esperienza sulla Cina, con **FILO Shanghai**, grazie al sostegno di **Sistema Moda Italia**, **Ministero dello Sviluppo Economico** e **Ice**, **Milano Unica**. La nostra volontà è di continuare a creare opportunità verso l'estero, cercando di intercettare i desideri delle nostre aziende espositrici".

■ Paolo Monfermoso, responsabile di Filo.



Pietro Ferrari - Quali sono i vostri partner sulle iniziative internazionali?

Paolo Monfermoso - "Per svolgere attività di supporto all'internazionalizzazione è cruciale riuscire a fare squadra e, per questo motivo, ci siamo mossi su diversi fronti chiedendo la collaborazione a vari soggetti, da **Ice** a **Milano Unica**. Tali sinergie finora hanno funzionato bene ma il nostro fine è di stringere sempre maggiori legami, perfezionando al meglio le partnership. Sono infatti convinto che solo stando insieme si possa realmente promuovere il made in Italy all'estero".

Pietro Ferrari - Cosa cerca un industriale del Biellese nell'internazionalizzazione e quali sono le spinte per andare in questa direzione, pur in presenza di pericoli?

Paolo Monfermoso - "La tipologia del prodotto biellese è sicuramente di alta gamma, è quindi implicito che con prodotti di questo tipo si cercheranno acquirenti che sappiano apprezzare la qualità, il prodotto, il servizio, il rispetto della sostenibilità. In una parola, il made in Biella. Lo stesso vale per gli espositori di **FILO**, che sono riusciti in questi anni a mantenere l'alta qualità dei prodotti grazie ad una costante ricerca e innovazione. Questo ha fatto sì che **FILO** sia diventato un salone che rappresenta l'alta fascia del settore.

L'imprenditore cerca business, opportunità, nuovi mercati: si sa benissimo che essere sul mercato significa correre dei rischi, però mi pare che gli imprenditori italiani siano ben attrezzati.

Per le grandi aziende il tema dell'internazionalizzazione viene affrontato in modo più strutturato mentre per aziende di dimensioni ridotte spesso ciò significa affacciarsi su nuove frontiere. A maggior ragione, in questo senso, le aziende hanno più forza se si muovono assieme: penso all'aspetto doganale, penso all'aspetto dei finanziamenti o dei visti. Tutto ciò avviene grazie alla sinergia con chi è già su l campo, con chi ha realmente 'le antenne' all'estero e può aiutare **FILO** a crescere".

Pietro Ferrari - Questa fase di basilare importanza che vede la vicinanza con l'Ice...

Monfermoso - "È di straordinario valore: già operavamo assieme su certi aspetti negli anni passati, però credo

■ Alcune immagini di Filo.



che nelle ultime edizioni di Filo, tutto questo sia stato percepito in maniera più significativa.

Credo comunque che i piccoli segnali positivi che arrivano dal mercato possano far sì che l'imprenditore italiano riesca a trovare una sua ragione di entusiasmo. In Filo, nell'ultima edizione, abbiamo visto un movimento di visitatori superiore alle nostre aspettative, dando ragione a una manifestazione concepita come un grande momento di dialogo. Oggi, tra l'altro, va detto che Filo sta arrivando ad avere, cosa non solita in passato, una pari presenza di visitatori ed espositori tra le due manifestazioni che si susseguono nel corso dell'anno, il che garantisce una grande omogeneità tra le due edizioni".