

WebandMagazine

11 ottobre



Bilancio positivo per la 46a edizione di Filo

La 46^a edizione di **Filo**, salone internazionale dei filati e delle fibre, si è chiusa in un clima positivo, con un numero di visitatori in crescita rispetto alle passate edizioni, in particolare aumentano i buyer stranieri.

Conferma **Paolo Monfermoso** *“La 46a edizione di Filo si chiude in un clima positivo. L'affluenza dei visitatori è stata costante e superiore alle attese. Non sono solo i nostri dati a dirlo, ma anche i nostri espositori dichiarano di essere soddisfatti dei risultati della 46a edizione di Filo, per aver ricevuto molte visite di buyer che hanno dimostrato un interesse concreto per le collezioni proposte. Nel nostro sforzo di confermare e ampliare il ruolo di Filo quale fiera di riferimento per i filati per tessitura nel panorama internazionale, ci accompagna ormai da anni Ice-Agenzia, che in questa edizione ha promosso l'arrivo in fiera di una delegazione di buyer esteri provenienti da Giappone, Francia, Gran Bretagna, Spagna, Turchia, Lituania, Portogallo, Stati Uniti e Belgio. I due giorni di fiera sono stati anche l'occasione per iniziare a riflettere con gli espositori sui possibili cambiamenti al calendario delle prossime edizioni, dopo la scelta di Milano Unica di anticipare a luglio l'edizione autunnale. La nostra decisione in merito scaturirà da una valutazione globale delle esigenze di mercato delle aziende, nel contesto di una filiera che sempre più deve mostrarsi*

unita, come è negli auspici di Sistema Moda Italia e come è stato ribadito dallo stesso sottosegretario Scalfarotto nel suo messaggio a Filo”.

Dedicata sotto il profilo stilistico alla Luxury Revolution, la 46a edizione di Filo è stata inaugurata ufficialmente dal convegno “Il Filo del Design” organizzato da Filo in collaborazione con Ice-Agenzia e Sistema Moda Italia. Al centro del dibattito sono state le strategie di sviluppo e internazionalizzazione delle aziende, a partire dall’innovazione e dalla valorizzazione del Made in Italy, anche puntando alla riscoperta degli archivi delle imprese tessili. Nel suo intervento, **Carlo Piacenza, presidente dell’Unione Industriale Biellese**, ha affermato: *“Il tessile è un’industria complicata, con un lungo processo di produzione, ma i vari comparti stanno dimostrando di avere la capacità di dialogare e di fare squadra. D’altra parte, la filiera intatta è un vantaggio competitivo fondamentale ed è quello che permette al settore tessile-abbigliamento italiano di continuare a inventare e a innovare”.*

Sul tema della filiera come vantaggio competitivo si è soffermato anche **Michele Scannavini, presidente di Ice-Agenzia**: *“Sul concetto di filiera, l’Italia riesce a costruire competenze forti lungo tutta la catena del valore. Nella filatura emerge soprattutto la creatività e l’innovazione, le caratteristiche che più di ogni altra cosa caratterizzano il Made in Italy nel mondo”.* Gianfranco Di Natale, direttore generale di sistema Moda Italia, ha ricordato che *“Giornate di studio come queste sono il fil-rouge che uniscono Filo e Sistema Moda Italia nell’obiettivo di offrire alle imprese nuove strategie di sviluppo e internazionalizzazione. È un percorso comune che possiamo portare avanti grazie alla collaborazione con Ice-Agenzia, soprattutto per quanto riguarda le piccole e medie imprese”.*

Danilo Craveia, responsabile Archivi storici biellesi, nel presentare la mostra “La Filatura e il Tessile” realizzata in esclusiva per la 46a edizione di Filo, ha sottolineato come *“gli archivi non sono un prodotto del passato, ma la stratificazione di tanti futuri; è un patrimonio di saper fare che si sedimenta e permette di realizzare variazioni su un patrimonio di conoscenze consolidato”.* Per Marco Bardelle, presidente di PoinTex, il punto di partenza è la domanda *“quale futuro immaginiamo per le aziende tessili? È un futuro che cresce su innovazioni “impensabili” e sostenibili, perché l’Italia possa appunto continuare a inventare. Le aziende devono però credere nel valore dell’innovazione, mentre le amministrazioni devono rendere più snella la burocrazia per chi cerca di fare innovazione”.*

La soddisfazione per il lavoro svolto in questa 46a edizione di Filo emerge dai commenti a caldo degli espositori.

Roberto Rimoldi di Filatura Luisa esprime la sua soddisfazione: *“Pur in una stagione che non è il nostro forte, la fiera è andata bene, con un numero di clienti in linea con l’edizione corrispondente. Crescono però i visitatori stranieri, provenienti dai paesi europei e dal Giappone. In ogni caso, si tratta di buyer ben selezionati e qualificati. Apprezzata in particolare la nostra collezione di naturali, con un alto contenuto di ricerca”.*

Paola Rossi di Botto Poala *“Siamo soddisfatti dell’andamento dei due giorni di Filo: abbiamo incontrato numerosi buyer, italiani e stranieri, europei e giapponesi in particolare. Non abbiamo incontrato solo i clienti, ma anche nuovi buyer, confermando che Filo è una fiera propositiva. Apprezzata in particolare la nostra cartella colori, molto vasta anche nella collezione base in lana e seta. Molta curiosità e attenzione continua a suscitare il trattamento H2Dry – un nostro brevetto – che dona comfort e performance ai capi”.*

Vincenzo Caneparo di Davifil: *“Siamo molto soddisfatti per il numero e la qualità dei visitatori che abbiamo ricevuto nei due giorni di fiera. Abbiamo incontrato possibili nuovi clienti, molti dei quali provenivano dall’Europa. Filo conferma di essere una fiera dallo standard molto alto. I buyer hanno apprezzato in particolare i filati naturali, che denota una sempre maggiore attenzione per la qualità dei prodotti e per produzioni ecologicamente sostenibili”.*

Giovanni Marchi di Marchi e Fildi sottolinea che *“in questa edizione abbiamo avuto molte visite, seppure spesso concentrate in poche ore delle due giornate di lavoro. Abbiamo visto molti clienti, consolidati e nuovi, italiani e esteri, francesi in particolare. I buyer hanno dimostrato interesse particolari sugli articoli di ricerca, apprezzano le nuove proposte, i prodotti che innovano rispetto al consueto. Interesse hanno suscitato anche i nostri filati che si rivolgono a una fascia più alta di mercato. D’altra parte, la nostra azienda privilegia il servizio come ricerca costante del prodotto, ma anche come meticolosa organizzazione delle tecniche e delle strutture commerciali, cerchiamo così di soddisfare il cliente a 360 gradi”.*

Giudizio positivo anche da **Francesco Della Porta di Pozzi Electa:** *“Siamo molto soddisfatti, abbiamo registrato una buona partecipazione dei buyer, qualificati e concreti. Abbiamo incontrato più buyer italiani che stranieri perché la nostra è una produzione totalmente made in Italy, e la nostra produzione è realizzata integralmente con energia autoprodotta (fotovoltaico e idroelettrico)”.*

Anna Mello Rella di Tintoria di Quaregna dichiara la *“piena soddisfazione dell’azienda per Filo: è una fiera molto organizzata, concreta, professionale. La stessa Area Tendenze ci ha colpito positivamente per essere estremamente concreta, orientata al lavoro, senza concessioni all’emotività superficiale”.*

Cesare Savio di Südwollegroup-Safil giudica *“molto positiva questa edizione di Filo. È la prima volta che Südwolle-Safil espone la collezione pienamente integrata. I clienti hanno mostrato grande interesse per la proposta di filati per tessuti versatili e confortevoli”.*

Alberto Enoch di Servizi e Seta sottolinea come *“il bilancio dei due giorni di fiera è molto positivo: abbiamo lavorato molto bene, con un buon afflusso di visitatori, molto qualificati. Tra gli stranieri, abbiamo ricevuto la visita di clienti italiani, europei e giapponesi: tutti di alto livello”.*

Gianni Fantini di Filatura e Tessitura di Tollegno afferma: *“Per noi si tratta di una prima volta a Filo e siamo soddisfatti della partecipazione: non è la nostra stagione, anche se abbiamo presentato una collezione primaverile, con miste in seta, nylon, viscosa. Siamo convinti che nella prossima stagione le nostre proposte riceveranno ancora più attenzione”.*