

## Il Filo che non si interrompe



Pietro Ferrari con il direttore di Filo Paolo Monfermoso

Eravamo presenti nelle varie postazioni della stampa anche a **Filo**, qui Beatrice Guidi, direttrice di Textures, e il giornalista Pietro Ferrari hanno cercato di leggere le dinamiche complesse di un mondo vivacissimo e riservato assieme che costituisce una delle grandi realtà del Made in Italy. La 48ª edizione di Filo, salone internazionale dei filati e delle fibre, si è chiusa oggi in un clima positivo, con un numero di visitatori in crescita: + 10 per cento sulla edizione corrispondente del 2016. In particolare gli organizzatori esprimono soddisfazione per l'aumento dei buyer stranieri.

Conferma **Paolo Monfermoso**: *“La 48ª edizione di Filo si chiude in un clima molto positivo. All'aumento degli espositori – più di 90 in questa edizione – è corrisposta una crescita dell'affluenza dei buyer superiore alle attese. Si conferma dunque l'interesse per una fiera che propone l'eccellenza dei filati sulla base di un modello business-to-business, che privilegia la concretezza, la professionalità e l'efficienza. Accogliendo una esigenza delle aziende espositrici e visitatrici, in questa edizione abbiamo aperto le porte ad un gruppo selezionato di tintorie e di aziende di servizio alle imprese tessili. Lo abbiamo fatto seguendo un discorso di filiera, per offrire agli operatori una visione più ampia della catena produttiva. Lo stesso obiettivo ha il rafforzamento della sinergia con Milano Unica e la continua collaborazione con Sistema Moda Italia. Nel percorso verso una sempre maggiore internazionalizzazione di Filo ci accompagna ormai da molti anni Ice-Agenzia, che in questa edizione ha promosso l'arrivo in fiera di una delegazione di buyer esteri provenienti da Giappone, Gran Bretagna, Spagna, Francia, Belgio, Turchia, Portogallo e Russia”*. Come ormai tradizione l'inaugurazione ufficiale della 48ª edizione

di Filo è avvenuta nel contesto del convegno organizzato da Filo in collaborazione con Ice-Agenzia e Sistema Moda Italia e in quest'occasione dedicato al "Filo delle filiere sostenibili". Ed è proprio con l'obiettivo di rafforzare l'unità e l'unicità della filiera tessile italiana che nel corso dell'inaugurazione, Filo e Milano Unica hanno annunciato la decisione di presentare le tendenze di Filo a Milano Unica e, viceversa, le tendenze realizzate da Milano Unica a Filo.

Dopo il benvenuto di Marinella Loddo, direttore dell'ufficio Ice di Milano, **Carlo Piacenza, presidente dell'Unione Industriale Biellese**, ha aperto ufficialmente la 48a edizione. Nel suo discorso Piacenza ha sottolineato: *"Il titolo stesso del convegno – che lega i due concetti di filiera e sinergia – ben rappresenta come l'interesse degli operatori si concentri oggi non solo sulla qualità del prodotto, ma anche su tutto ciò che sta dietro quel prodotto. È per questo che registriamo con soddisfazione l'interesse delle tintorie per Filo: sono tre le aziende di questo comparto che hanno scelto di esporre in questa edizione, offrendo un contributo importante anche al dibattito sul tema conduttore di questa edizione: la sostenibilità. La sostenibilità è una parola seria, ma oggi inflazionata. Per questo dobbiamo sempre ricordare che le aziende italiane del tessile fanno sostenibilità da diversi anni. Dunque, siamo pronti a rispondere a questa sfida, facendone un tema di filiera, consapevoli che si tratta di un'arma importante per affrontare i mercati, ma da gestire bene"*.

Sulla stessa lunghezza d'onda è stato l'intervento di **Ercole Botto, Presidente di Milano Unica**: *"A chi mi chiede se a Milano Unica parleremo di sostenibilità, rispondo in genere con le stesse parole usate qui da Carlo Piacenza: Milano Unica non parla di sostenibilità, cerca di realizzarla. E proprio perché una vera sostenibilità non può che essere di filiera e basarsi su un legame sempre più stretto tra monte e valle, abbiamo deciso con Filo di rafforzare la collaborazione tra le due fiere, mostrando le tendenze di Filo a Milano Unica e viceversa. Questo va anche nell'ottica di rispondere a un mercato che sempre più chiede di accorciare i tempi"*.



Beatrice Guidi, direttrice di Textures

La volontà di avvicinare sempre più le filiere legate al tessile è stata ribadita da **Alessandro Zucchi, Presidente di Acimit (Associazione italiana macchinari tessili)**, che ha annunciato la sua intenzione di *“essere presente, almeno in forma istituzionale, alla prossima edizione di Filo”*. Nel suo intervento, Zucchi ha presentato le iniziative della sua associazione per fare della *“sostenibilità un modello di business. Sono le stesse aziende clienti che ci chiedono di realizzare macchine che permettano di arrivare a una produzione che consentano di distinguersi dai concorrenti”*.

L'intervento di **Gian Franco Di Natale, Direttore Smi-Sistema Moda Italia e Confindustria Moda** ha dedicato la sua relazione alla Russia, il paese “Focus” del convegno. *“I numeri spesso non dicono tutto, ma nel caso della Russia può essere indicativo dare due dati: nel 2008, prima della grande crisi, l'export di tessile-abbigliamento italiano ammontava a 1 miliardo e mezzo di euro, il sistema allargato, quello che si riconosce in Confindustria Moda, arrivava a 2 miliardi e 400milioni. Nel 2016 le nostre esportazioni sono arrivate a 1 miliardo e 300milioni. Però da gennaio a maggio 2017, l'export è aumentato del 17% e se consideriamo maggio 2017 su maggio 2016 la crescita è stata del 34%. Mantenere le posizioni è stato possibile grazie anche ad alcune iniziative di Smi che hanno rimandato un messaggio di fiducia al mercato russo, di attenzione da parte del made in Italy senza forzature in momenti di crisi per la Federazione Russa. D'altra parte, il mercato russo ha grandi potenzialità, per vari settori del Made in Italy”*.

Sulla “sfida della sostenibilità” è tornato nel suo messaggio il **sottosegretario allo Sviluppo economico, Ivan Scalfarotto**, che ha ribadito: *“la sostenibilità è una delle chiavi di volta attraverso cui possiamo ampliare l'eccellenza percepita dei filati italiani. Perché è ormai consapevolezza comune che la responsabilità sociale d'impresa sia uno dei fattori di successo di un prodotto, che un prodotto realizzato nel rispetto degli standard e dei valori ambientali incontri un maggior favore da parte dei consumatori, ed in specie di quel segmento cruciale che sono i millennials, che l'economia circolare e il basso impatto sull'ecosistema siano un imperativo categorico, soprattutto per l'Occidente”*.

I commenti a caldo degli espositori confermano la soddisfazione per il lavoro svolto nella 48a edizione di Filo.

**Roberto Rimoldi di Filatura Luisa:** *“siamo soddisfatti dell'andamento dei due giorni di fiera, tenuto anche conto che l'estivo non è per noi la stagione di punta. Riteniamo particolarmente interessante il fatto che la maggior parte delle visite sono state di buyer provenienti dall'estero”*.



Animazione e intensità alle Stelline

**Paola Rossi di Zegna Baruffa Lane Borgosesia** *“il nostro giudizio sui due giorni di Filo è come sempre positivo. Abbiamo visto un afflusso costante di visitatori, più italiani che stranieri, ma questo perché avevamo già incontrato alcuni clienti stranieri prima della fiera, per loro specifiche esigenze. Tra i prodotti più apprezzati, i filati serici, le mischie seta/lana e seta/lino, dagli effetti rustici chic”.*

**Vincenzo Caneparo di Davifil:** *“il giudizio sui due giorni di Filo è positivo. Abbiamo avuto un numero di visitatori al livello delle ultime, ottime, edizioni, con diversi nuovi nomi, e di qualità sempre molto alta. Abbiamo notato che in questa edizione sono arrivati molti buyer stranieri, che per la nostra azienda hanno superato gli italiani”.*

**Gianni Fantini di Tollegno 1900** afferma: *“Siamo soddisfatti dell’andamento di questa edizione di Filo. Abbiamo ricevuto un numero di visite superiore a quello della edizione di settembre dello scorso anno, con gli stranieri che hanno superato gli italiani. Diversi i paesi di provenienza dei buyer: dalla Russia alla Turchia, passando per Corea, Germania, Giappone e Portogallo. Naturalmente, più del numero conta la qualità dei buyer e anche sotto questo profilo siamo soddisfatti, perché abbiamo raccolto nominativi di potenziali clienti molto interessanti”.*

Giudizio positivo anche da **Francesco Della Porta di Pozzi Electa:** *“Siamo molto soddisfatti, abbiamo registrato una buona partecipazione dei buyer, qualificati e concreti. I buyer stranieri sono arrivati in numero maggiore rispetto al consueto, che hanno apprezzato la nostra produzione totalmente made in Italy, realizzata integralmente con energia autoprodotta (fotovoltaico e idroelettrico). Abbiamo studiato una collezione a temi, molto apprezzata dai clienti”. Italfil* *“L’affluenza dei visitatori è stata vivace nei due giorni di Filo, in linea con l’interesse suscitato dai*

*prodotti destinati alla stagione estiva. I buyer si sono dimostrati anche molto qualificati con un reale interesse non solo per i nostri filati ormai consolidati, ma anche per i nostri nuovi prodotti più tecnici. D'altra parte, la nostra azienda ha fatto notevoli investimenti su tecnologie che hanno permesso di sviluppare nuove mischie e un rinnovamento completo della gamma colori”.*

**Vittoria Marchi di Marchi e Fildi:** *“Il bilancio di questa edizione è nettamente positivo. Abbiamo visto molti clienti, consolidati e nuovi. Tra gli stranieri, I buyer hanno dimostrato interesse per tutte le nostre proposte dalle più classiche agli articoli di ricerca. Delle nuove proposte, hanno suscitato interesse 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”.*



Animazione e intensità alle Stelline

**Davide Marcante di Südvolle:** *“Edizione positiva, con una buona affluenza di buyer, molto interessati ai nostri prodotti, soprattutto quelli frutto di ricerca. Nella collezione estiva abbiamo proposto textures mosse, in rilievo, con superfici tridimensionali e ben definite”.*

Per **Tintoria Finissaggio 2000 Marco Bardelle:** *“è la prima volta che la mia azienda partecipa a Filo come espositore. Ed è stata una piacevole “sorpresa”. Con i potenziali clienti che sono venuti a visitarci abbiamo avuto interessanti confronti tecnici, non solo discussioni su prezzi e quantità come capita altrove. Abbiamo trovato anche clienti predisposti a ricercare e apprezzare le novità. Insomma, a nostro giudizio, Filo è una vera e propria fiera business-to business”.*

Grande soddisfazione anche da **Tintoria Mancini. Per Mario e Maurizio Mancini** *“il bilancio della nostra presenza a Filo è nettamente positivo. Abbiamo visto molto interesse tra i visitatori per le nostre specialità. Ci hanno contattato molte aziende nuove, ma anche nostri clienti consolidati, hanno “scoperto” qui alcune nostre novità”.*

Tra le aziende di servizio che espongono per la prima volta a Filo, **Barbara Carini di Cps Tex** sottolinea come *“la nostra prima presenza a Filo è senz'altro da giudicare positivamente. Ci ha*

*dato l'occasione per capire in quali modi sviluppare la presenza in fiera e l'interazione con gli espositori e i visitatori di Filo che sono i nostri clienti target. Sui macchinari siamo in grado di offrire loro un servizio di grande competenza e a 360 gradi, avvalendoci anche di fornitori di alta qualità”.*

L'appuntamento con la 49a edizione di Filo è per il 21 e 22 febbraio 2018 al Palazzo delle Stelline di Milano.