



INTERNATIONAL EXHIBITION OF YARNS AND FIBRES
FOR WOVEN AND KNITTED FABRICS
FOR APPAREL, FURNISHING AND TECHNICAL TEXTILES

La 50^a edizione di Filo si chiude con un ottimo bilancio

La 50^a edizione di Filo, salone internazionale dei filati e delle fibre, si è chiusa oggi con risultati molti positivi.

Afferma **Paolo Monfermoso**, responsabile di Filo: “La 50^a edizione di Filo si chiude con un ottimo bilancio. Con questa edizione abbiamo tagliato il traguardo dei 50 appuntamenti e dei 25 anni di Filo: si è trattato ovviamente di un momento significativo per una fiera come Filo, che fa della concretezza la sua caratteristica essenziale. È dunque con particolare soddisfazione che oggi possiamo affermare di aver raggiunto e superato gli obiettivi che avevamo fissato per il triennio 2015-2018. In questa edizione siamo arrivati a 115 espositori e anche i visitatori sono in linea con l’edizione di settembre 2017. Tutto ciò premia il lavoro di squadra e le sinergie che abbiamo costruito in questi anni, in primo luogo con Ice-Agenzia, Sistema Moda Italia e Milano Unica. Grazie a Ice Agenzia anche in questa edizione è arrivata in fiera una delegazione estera composta da buyer provenienti da paesi UE (Francia, Svezia, Danimarca, Spagna e Portogallo) e da Gran Bretagna, Norvegia, Bielorussia, Turchia e Giappone. Mentre il sostegno di Smi e di Rafi (Russian Association of Fashion Industry) ci ha permesso di ospitare di nuovo la delegazione di buyer dalla Russia, un paese che continua a essere molto interessante per le aziende tessili italiane. Come ha affermato il presidente Carlo Piacenza, Filo “è diventata grande”: è il riconoscimento del lavoro svolto. Allo stesso tempo, però, “essere diventati grandi” comporta la responsabilità di disegnare, per i prossimi anni, un percorso di crescita che affronti le nuove sfide poste al nostro settore e a tutta la filiera tessile-abbigliamento, senza tuttavia rinunciare alle caratteristiche essenziali di Filo, prima fra tutte la qualità dei prodotti esposti. Filo si appresta dunque a percorrere nuove strade a partire da quanto costruito nel passato, per continuare a offrire ai suoi espositori e visitatori concrete occasioni di business”.

A inaugurare la 50^a edizione di Filo è stato **Carlo Piacenza**, presidente dell’Unione Industriale Biellese. “In questi 25 anni Filo è “diventata grande” non tanto in termini di numeri quanto, soprattutto, di qualità: questo è il tratto distintivo della rassegna – ha affermato – Gli espositori che ci accompagnano da sempre insieme alle nuove partecipazioni sono accomunati dall’eccellenza dei prodotti proposti e dalla scelta concreta di fare parte di una fiera prettamente B2B. Oggi, però, non è solo il momento di guardare indietro, anzi, è l’occasione giusta di guardare al futuro con entusiasmo, insieme ai partner di sempre, Ice-Agenzia e Sistema Moda Italia, che ringrazio”. Proprio **Marinella Loddo**, direttore dell’ufficio Ice di Milano, ha ricordato la lunga collaborazione con Filo sottolineando come “l’internazionalizzazione debba ormai far parte delle strategie di ogni azienda, start-up comprese. Le imprese internazionalizzate sono più competitive, ma per affrontare i mercati esteri – specie quelli dei paesi più lontani – serve formazione, perché si tratta di comprendere nuovi consumatori, con valori ed esigenze spesso diversi dai nostri. Ice-Agenzia interviene proprio su questo aspetto, grazie alla rete di uffici Ice che copre tutto il mondo. Tuttavia, in un mondo che cambia così velocemente, servono nuove idee, un nuovo modo di fare promozione e dobbiamo cercarlo insieme, noi di Ice-Agenzia e le aziende italiane”.



INTERNATIONAL EXHIBITION OF YARNS AND FIBRES
FOR WOVEN AND KNITTED FABRICS
FOR APPAREL, FURNISHING AND TECHNICAL TEXTILES

È un approccio ribadito anche da **Federica Dottori**, Responsabile Area Internazionalizzazione di Sistema Moda Italia: “Non esiste una ricetta magica per avere successo sui mercati esteri – ha detto – Bisogna invece costruire una precisa strategia per ciascuna azienda, basata su studio dei mercati, capacità di valutazione delle proprie forze e delle proprie risorse, anche finanziarie. Il ruolo di Smi è appunto aiutare le aziende della filiera tessile-abbigliamento nella messa a punto di questa strategia”.

Luca Ferrarese di Banca Sella ha invece sottolineato le tante opportunità che la grande accelerazione dell’innovazione digitale offre a tutte le imprese. A patto però di saper agire in quello che ha definito “l’ecosistema dell’innovazione, riuscendo a stabilire collaborazioni fra attori diversi e costruendo reti di competenze condivise”.

Stefano Fadda, Art Director di Milano Unica, ha messo in evidenza la sinergia che si è sviluppata tra Filo e Milano Unica: “La possibilità di mostrare contemporaneamente ai partecipanti a Milano Unica filati e tessuti è una scelta che è stata molto apprezzata dagli operatori. In più dimostra come fare sinergia sia possibile e soprattutto utile per tutti, perché permette di valorizzare ancora di più l’alta qualità dei prodotti delle aziende italiane”. È un percorso di sinergia che Filo e Milano Unica hanno intenzione di proseguire e ampliare anche nel futuro.

I commenti a caldo degli espositori confermano la soddisfazione per il lavoro svolto nella 50^a edizione di Filo.

Vincenzo Caneparo di **Davifil**: “Il giudizio sui due giorni di Filo è positivo. Una fiera che dura da 50 edizioni e 25 anni è certamente di successo. attraversiamo tuttavia un periodo di grandi cambiamenti, con la necessità di adeguare la fiera alle nuove richieste del mercato. Ma per farlo dobbiamo continuare a porre attenzione alla qualità dei prodotti proposti, perché proporre prodotti di altissima qualità è la caratteristica essenziale di Filo”.

Roberta Barba di **Tollegno 1900** afferma: “Filo è un appuntamento importante per la nostra azienda. Qui si incontrano i più grandi nomi del tessile, dunque Filo è parte integrante della nostra strategia aziendale. Anche in questa edizione, che pure propone la stagione estiva, abbiamo registrato contatti molto interessanti, sotto diversi profili”.

Giudizio più che positivo anche da Francesco Della Porta di **Pozzi Electa**: “Siamo presenti a Filo fin dalla prima edizione e siamo più che soddisfatti per i risultati ottenuti in questo cinquantesimo appuntamento. Filo ha rispecchiato in questi anni l’evoluzione del settore tessile perché innovare e rinnovarsi è ciò che permette alle aziende di rimanere sul mercato con successo. Per esempio, oggi la nostra azienda è a un punto di svolta: abbiamo introdotto nuovi prodotti ecosostenibili, come bamboo o ramiè, possibili solo grazie alla ricerca e allo studio di nuove soluzioni”.

Stefano Aglietta di **Italfil** “Questa edizione di Filo conferma il trend positivo già registrato nelle passate edizioni. C’è una ripresa della richiesta di prodotti di alta qualità, molto ricercati dai clienti sia italiani sia stranieri. Nelle ultime stagioni, la nostra azienda ha creato nuovi prodotti, in particolare una linea di filati tecnici di alta qualità, che sta ottenendo un particolare successo con i clienti stranieri”.

Per **Tintoria Finissaggio 2000** Marco Bardelle: “In questa edizione di Filo l’interesse degli operatori si è concentrato soprattutto sulle lavorazioni di articoli tecnici. Filo è d’altra parte una fiera che offre grandi opportunità, molto interessante proprio perché è una vera fiera business-to-business, dove è possibile instaurare un dialogo con una clientela mirata e competente”.



INTERNATIONAL EXHIBITION OF YARNS AND FIBRES
FOR WOVEN AND KNITTED FABRICS
FOR APPAREL, FURNISHING AND TECHNICAL TEXTILES

Alessandro Catani di **Filatura C4** ribadisce: “Abbiamo registrato un’affluenza di clienti in linea con le aspettative, considerato che l’estivo non è la stagione di punta per la nostra azienda. In ogni caso, però, ci sono stati utili incontri con potenziali clienti: un primo approccio che permetterci di sviluppare un dialogo interessante. Quanto ai prodotti, i filati in lana melange e i misti tra lana e fibre naturali sono stati quelli che hanno attirato il maggior interesse dei clienti”.

Davide Marcante di **Südwolle Group**: “L’estivo è la stagione meno rappresentativa per la nostra azienda, ma Filo è senz’altro una fiera a cui essere presenti, perché è un punto di contatto con i clienti imprescindibile. È un’occasione di dialogo con loro, dove oltre a presentare le collezioni, si possono discutere le principali problematiche del nostro settore: in questo periodo, per esempio, l’alto prezzo della lana”.

Francesco Ongetta di **Ongetta**: “Siamo espositori di Filo da lungo tempo e dunque ci ha fatto particolarmente piacere essere presenti alla 50^a edizione. La nostra azienda è specializzata nella produzione di seta, in questa edizione abbiamo tuttavia proposto alcuni nuovi filati misti che ampliano le possibilità di sviluppo di prodotti. È stata per noi un’edizione di successo, che ci ha permesso di incontrare vari nuovi buyer sia italiani sia provenienti dall’estero, alcuni dei quali facevano parte della delegazione ospitata da Filo in collaborazione con Ice-Agenzia”.

Francesco Ferraris di **Finissaggio e Tintoria Ferraris**: “Il bilancio della 50^a edizione di Filo è per noi molto positivo. È una fiera dove si possono incontrare clienti già acquisiti per discutere il proseguimento della stagione, ma allo stesso tempo si incontrano nuovi potenziali clienti, come i buyer russi arrivati con la delegazione promossa da Filo in collaborazione con Sistema Moda Italia. Filo è un’occasione per comprendere l’andamento del mercato e per fare network. In una parola: Filo è un’occasione di crescita”.

Roberto Rimoldi di **Filatura Luisa**: “Venticinque anni di Filo sono un motivo di orgoglio e di emozione per la nostra azienda e per me personalmente. Filo è una B2B di nicchia e tale deve restare perché è questa la ragione del suo successo. Per quanto riguarda la nostra azienda, siamo soddisfatti di questa edizione, che è stata in linea con le aspettative di una stagione che non è la nostra. Tra i visitatori, abbiamo registrato molti stranieri per lo più dal Nord Europa, grazie anche alla delegazione di buyer esteri organizzata da Filo e Ice-Agenzia”.

Gian Maurizio Caucino di **Zegna Baruffa Lane Borgosesia**: “Il nostro giudizio sui due giorni di Filo è come sempre positivo. Certo, l’estivo non è la stagione di punta per noi. Abbiamo visto un afflusso di visitatori, italiani ed europei, in linea con le aspettative. In sintesi, possiamo dire che registriamo un accresciuto interesse per i prodotti made in Italy”.

Vittoria Marchi di **Marchi e Fildi**: “Il bilancio di questa edizione è positivo. Abbiamo visto molti clienti, consolidati e nuovi. Di particolare interesse, poi, le visite dei brand più noti del tessile. Nel mercato c’è interesse per i filati che si rivolgono a una fascia più alta di mercato. E continua a registrarsi un reale interesse dei clienti per la gamma di prodotti Ecotec: è un segnale che la sostenibilità è diventata un vero fattore competitivo per le aziende a valle”.

Gabriele Cecchi di **AZ Filati**: “Abbiamo ricevuto la visita di tanti clienti, tra gli stranieri soprattutto dal Nord Europa. I buyer hanno apprezzato molto la proposta della nostra collezione per arredamento, realizzata con filati di eccellenza. Abbiamo anche avuto richieste per lo studio di collezioni realizzate “su misura” per il cliente”.

Adolfo Marchetti di **Iride**: “Una buona edizione, l’affluenza è stata superiore nel secondo giorno. Abbiamo registrato visite di clienti nuovi e consolidati: una dimostrazione dell’interesse crescente per le colorazioni naturali”.



INTERNATIONAL EXHIBITION OF YARNS AND FIBRES
FOR WOVEN AND KNITTED FABRICS
FOR APPAREL, FURNISHING AND TECHNICAL TEXTILES

L'appuntamento è a febbraio 2019 con la 51^a edizione di Filo.

Biella, 27 settembre 2018

Ufficio stampa e comunicazione
EA Team Elena Aravecchia
Via Muratori, 55 - 20135 Milano
Telefono 339 64 73 377 - 368 30 87 865
press@filo.it

Organized by



Via Torino, 56 - 13900 Biella (BI) - Italy
Phone +39 015 8483271 - Fax +39 015 8495363
www.filo.it - e-mail: info@filo.it

