

COMUNICATO STAMPA FILO

56a edizione di Filo: ripercorriamo due giorni di successi

La 56a edizione di Filo è stata ricca di novità: un investimento in risorse, idee e lavoro che anche grazie agli espositori è stato ripagato da una partecipazione di visitatori – stranieri inclusi – che è andata ben oltre le previsioni più ottimistiche e da un entusiasmo tra gli stand che si è percepito fin dall'apertura della fiera, nella mattinata di mercoledì 29 settembre.

I lavori di “Youth4Climate”, che si sono svolti a pochi passi da Filo, con la presenza di tanti giovani che con passione si spendono per la salvaguardia del Pianeta, possono aver causato qualche rallentamento nell'ingresso a Filo, ma i disagi sono stati contenuti grazie alla pronta collaborazione delle forze dell'ordine, che hanno sempre garantito il passaggio al nostro padiglione espositivo. D'altra parte, possiamo leggere la concomitanza con la “Youth4Climate” come altamente simbolica di un impegno sulla sostenibilità che le aziende partecipanti a Filo hanno fatto proprio da tempo.

Ripercorriamo quindi le tappe di questa edizione di Filo di grande successo, seguendo idealmente il layout completamente rivoluzionato dello spazio fieristico.

Già all'ingresso, infatti, chi è arrivato a Filo ha potuto ammirare la mostra realizzata dagli studenti dell'ITS-TAM di Biella: “Ricucire il futuro-Omaggio a Chanel”. È una mostra che unisce passato, presente e futuro, allo stesso tempo un omaggio allo stile di Coco Chanel e una riflessione su temi e problemi decisamente attuali. L'auspicio di Filo è di rinnovare anche nelle prossime edizioni la collaborazione con ITS-TAM Biella perché lo sviluppo della creatività e, più in generale, la formazione delle figure professionali che operano nel tessile-abbigliamento sono fattori determinanti per la crescita del settore.

Lo conferma la visita a Filo di altri studenti, arrivati dalla Toscana, con l'ITS-Mita Academy: il loro interesse si è rivolto principalmente ai prodotti, alle lavorazioni e ai connessi aspetti commerciali, aprendo spesso un dialogo già “da professionisti” con gli espositori di Filo, che sono rimasti positivamente colpiti dalle competenze dimostrate dai ragazzi.

Nel nostro viaggio lungo la 56a edizione di Filo, lo sguardo si apre ora sull'Area Tendenze: completamente ripensata nel suo lay out, ha mantenuto intatte le caratteristiche che la rendono uno strumento di lavoro indispensabile per i buyer, ma lo fa ora con un allestimento suggestivo, che vede una esplosione di colori e materiali, e in uno spazio ampio e accogliente, dove è piacevole, oltre che interessante, passare del tempo a studiare con attenzione le proposte delle aziende.

L'Area Tendenze non è il solo spazio dove si è potuto trovare un quadro complessivo delle proposte degli espositori. Grande curiosità ha infatti suscitato “Un Filo per la maglia”, la nuova area riservata ai filati per la maglieria, nata per dare la giusta visibilità a proposte da sempre presenti a Filo e oggi ancora più richieste dal mercato. Così come tanta attenzione ha attirato l'Area Sostenibilità, al cui centro si trovavano le proposte delle aziende che aderiscono a FiloFlow, il progetto sostenibilità di Filo.

Di sostenibilità si è parlato molto alla 56 edizione di Filo: negli stand, grazie ai prodotti e alle lavorazioni degli espositori; nello spazio di Cittadellarte-Fondazione Pistoletto, sotto un suggestivo Terzo Paradiso sospeso, realizzato con i filati di un'azienda biellese.

Su ricerca e sostenibilità ci si è confrontati in particolare negli stand delle grandi aziende internazionali produttrici di fibre presenti a Filo: Asahi Kasai (con i marchi Bemberg e ROICA), Lenzing e la Confederazione Europea del Lino e della Canapa (Celc).

Di sostenibilità e tracciabilità si è discusso soprattutto nei “Dialoghi di Confronto” che si sono tenuti nella Networking Area, un'altra delle innovazioni introdotte con la 56a edizione di Filo.

Nei brevi workshop che si sono succeduti nei due giorni di Filo, seguiti con attenzione e partecipazione dal pubblico, il discorso è spaziato dalle innovazioni realizzate nel mondo delle fibre, che oggi rendono “green” anche i materiali man made, fino alla “naturale sostenibilità” del lino. Il tema della sostenibilità nel tessile e nella moda è stato qui affrontato da diverse angolazioni: ne hanno discusso manager e uomini prodotto, insieme a imprenditori, creativi e fashion designer, come Andrea Rosso e Tiziano Gardini.

Il nostro viaggio nella 56a edizione si conclude con l'ennesima novità e in uno spazio che da fisico si fa digitale: Filo ha infatti presentato “e-Filo: 365 Days of Yarns”, la sua piattaforma market place.

Semplice, intuitivo, facile da utilizzare, realizzato ascoltando le esigenze delle aziende, “e-Filo: 365 Days of Yarns” è stato accolto con entusiasmo dagli espositori e, a poche ore dal suo lancio, ha già suscitato la curiosità dei buyer, come dimostrano i primi dati sugli accessi.

Il successo della 56a edizione di Filo non era scontato: la congiuntura è ancora difficile, il comparto è stato tra i più penalizzati dalla pandemia, l'arrivo di espositori e buyer stranieri è tuttora condizionato da restrizioni e incertezze. Eppure, i risultati sono stati ottimi, dimostrando che il lavoro di squadra e la volontà e gli investimenti mirati a raggiungere un risultato danno sempre buoni frutti. Ora, proprio perché ha superato le attese della vigilia, il bilancio della 56a edizione di Filo rappresenta una spinta concreta alla ripresa e un invito a guardare con maggiore fiducia al futuro dell'intero comparto tessile. Arrivederci al 23 e 24 febbraio 2022, per la 57a edizione di Filo!

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



CFI

Comitato Fiere Industria