

Filo superou as expectativas

Numa edição focada na sustentabilidade, a Filo fechou portas com um balanço muito positivo tanto para os expositores como para os visitantes profissionais que invadiram o MiCo em Milão, graças a um vasto conjunto de iniciativas que promoveram a inovação e fomentaram os negócios. O regresso da feira está já agendado para fevereiro de 2022.

19 Out, 2021



[©Filo]

A 56.ª edição da Filo terminou «com grandes resultados, alcançados num contexto que encara a retoma com renovada confiança. A vontade das empresas expositoras de recomeçar, comprovada pela escolha de estar na Filo com produtos realmente inovadores e de qualidade, corresponde ao entusiasmo de um fluxo massivo de compradores que visitaram a feira durante os dois dias», afirmou Paolo Monfermoso. «No total, registámos 75 expositores, com o regresso de algumas empresas estrangeiras, enquanto o número de visitantes ultrapassou as expectativas. Houve compradores estrangeiros vindos de Portugal, França, Turquia, Eslovénia, Suíça, Alemanha, Reino Unido

e Moçambique, também graças à colaboração com a agência ITA», revelou o diretor-geral da Filo.

Impulsionar a sustentabilidade

De 29 a 30 de setembro, o centro de convenções MiCo, em Milão, viveu ao ritmo da inovação têxtil. Dany Gomes, do departamento de I&D da Polopiqué, que visitou a feira italiana, explicou, ao Portugal Têxtil, que «a Filo é, na minha opinião, a melhor feira de fios da Europa para malha circular: agrupa fios de alta qualidade como a [Albini](#), originais como a Pozzi e fantasias com qualidade e preço como a A. Zeta Filati, entre outras. O objetivo desta feira é perceber em que direção segue o mercado, encontrar novos fornecedores, encontrar-nos com os nossos fornecedores habituais para discutir novas encomendas ou novos desenvolvimentos. Nesta edição percebeu-se que o algodão orgânico foi completamente posto de parte, deu lugar ao algodão reciclado e poliéster reciclado, entre outras fibras recicladas, e a fibra rainha desta edição foi o linho. A aposta, para algumas empresas, foi a viscosa de leite e a fibra de laranja».



Área de

sustentabilidade [©Filo]A questão da sustentabilidade dominou, desde logo, os stands das produtoras de fibras internacionais, como a Asahi Kasei (com as marcas Bemberg e Roica), a [Lenzing](#) e a CELC, a confederação europeia do linho e do cânhamo. A sustentabilidade na indústria têxtil e da moda, aliás, foi abordada sob várias perspetivas:

de empresários, gestores, processadores, controladores, criativos e ainda designers como Andrea Rosso e Tiziano Gardini.

Com layout totalmente redesenhado, a área de tendências da feira manteve intactas as características que a tornaram uma ferramenta de trabalho indispensável para os compradores, mas agora fê-lo com um uma instalação evocativa que explodia em cores e materiais. Esta mostra, no entanto, não constituiu o único lugar onde foi possível encontrar uma visão geral das propostas dos expositores. O espaço “Un Filo per la maglia”, consagrado ao knitwear, deu igualmente visibilidade às propostas dos expositores da Filo, tal como a área de sustentabilidade, onde foram exibidas as propostas das empresas participantes no FiloFlow, o projeto “mais verde” da feira.



Área de tendências

[©Filo]«O interesse pela sustentabilidade é cada vez maior e para este tema foi desenhada uma área de tendências especial, com o FiloFlow, o projeto de sustentabilidade da Filo, no centro da mesma. Nela participaram quase todos os expositores, o que prova a atenção que dedicam a esta questão e o desejo crescente de transmitir, ao exterior, os avanços alcançados nesta área», salientou Paolo Monfermoso. «A fim de orientar o nosso trabalho para o futuro, um feedback importante deriva também das outras inovações que introduzimos na 56.ª edição da Filo. Por isso, ‘Un Filo per la maglia’ – a nova área dedicada ao knitwear, despertou grande interesse, assim como as empresas líderes mundiais na produção de fibras», assegurou o diretor-geral da Filo.

No “Dialoghi di Confronto”, que teve lugar na área de networking, uma das novidades introduzidas na feira, o foco esteve igualmente na sustentabilidade, desta feita com a rastreabilidade. Nos curtos workshops, o debate versou desde as inovações realizadas no campo das fibras, que hoje pintam de verdes os materiais criados pelo homem, até à sustentabilidade natural do linho.

Apoiar a formação

Pier Francesco Corcione, CEO da Assoservizi, falou de uma nova Filo, associando-a com a recuperação do sector. «Durante o momento mais difícil, onde se viu forçada a cancelar as edições de fevereiro de 2020 e de fevereiro de 2021, a Filo decidiu investir. O resultado é uma nova Filo – com novas áreas de tendência e novas áreas temáticas – que por fim pode viver completamente o novo local no MiCo. Investir significa focar-se numa recuperação estrutural. No entanto, uma recuperação estrutural não pode ignorar a formação, e estou particularmente satisfeito que a Filo tenha recebido, nesta edição, a exposição realizada pelos alunos do ITS-TAM Biella», destacou.



Dialoghi di Confronto

[©Filo]A formação foi também salientada por Elena Chiorino, conselheira para a Formação, Educação e Emprego da Região de Piemonte. Na sua intervenção durante a conferência de abertura, Elena Chiorino assumiu que «a 56.^a edição marca um recomeço

feito em grande estilo. Na Filo estão os alicerces para uma recuperação estrutural: formação, produção de “belo e bem feito”, comunicação, também através de novos canais. Na verdade, não há competitividade sem competência e não há competência sem formação».

A atenção da Filo à formação esteve realçada não só com o espetáculo “Ricucire il future – Omaggio a Chanel” – que combinou passado, presente e futuro, e ao mesmo tempo prestou uma homenagem ao estilo de Coco Chanel e uma reflexão sobre temas e questões atuais – realizado pelo ITS-TAM Biella, mas também com a presença na feira de alunos da ITS Mita Academy, que participaram numa sessão de formação sobre um novo papel capaz de combinar as competências técnicas do produto com as comerciais.

«Os dois dias da Filo foram muito intensos, animados pela paixão das nossas empresas por uma retoma desta indústria baseada na valorização de produtos únicos, resultantes do processamento pela sua qualidade. Num momento difícil, a Filo decidiu investir e alcançámos ótimos resultados. Lançámos as bases para olhar para o futuro com mais confiança», concluiu Paolo Monfermoso.

De 23 e 24 de fevereiro de 2022, a Filo estará de volta ao MiCo, novamente com uma mão cheia de novidades.



Ricucire il future - Omaggio a Chanel [©Filo]