

menu

## MFFashion

30 Giugno 2016

### I filati italiani vedono rosa e lavorano per battere la crisi

di Pagine a cura di Milena Bello e Matteo Minà (Firenze)

È stata inaugurata ieri a Firenze la 79ª edizione di Pitti immagine filati, in un momento in cui il mercato ha chiuso il 2015 stabile, dopo tre anni di crolli, e l'inizio del 2016 ha segnato un +2,6%. Cauti ottimismo tra gli espositori che sfoderano le loro ricette per affrontare il futuro: creatività e soprattutto reattività al mercato.



La 79ª edizione di Pitti immagine filati si è aperta ieri a Firenze con una sostanziale conferma delle previsioni di settore relative alla prima parte dell'anno in corso.

Secondo i dati di Smi-Sistema moda Italia, dopo un 2015 chiuso con una tenuta del fatturato 2014 a 2,9 miliardi di euro (dopo un triennio in territorio negativo), l'industria italiana della filatura nei primi quattro mesi 2016 ha registrato una crescita pari al 2,6%, sospinta dal dato del mese di febbraio ma soprattutto di

aprile. Al contrario invece, le esportazioni, nel periodo gennaio-marzo 2016, hanno mostrato una dinamica piuttosto fiacca, pari al -0,2%. «Siamo abbastanza positivi, perché più che i valori generali, a noi interessano quelli specifici sulla lana e sulla parte qualificata dei filati pettinati, espressione del salone (export 2015 a 249 milioni di euro, +5,7%, e +7,2% nel primo trimestre 2016, ndr)», aveva detto Raffaello Napoleone, ad di Pitti immagine, alla vigilia della kermesse dedicata alle collezioni autunno-inverno 2017/18 in scena fino a domani. Una sensazione condivisa anche dagli espositori interpellati da MFF al termine del primo giorno di manifestazione. In generale i sentiment sono positivi vista anche la buona affluenza di buyer negli stand (che sarebbe confermata anche dai primi dati di accesso registrati dagli organizzatori), anche se tutti restano cauti, considerando anche gli scenari macroeconomici e politici internazionali. Un dato confermato da Cristiana Cariaggi, consigliere di amministrazione di Cariaggi, azienda marchigiana di filati haut de gamme. «Abbiamo registrato un'affluenza costante durante tutta la giornata, con buone performance da parte di clienti da Usa, Giappone, e anche dall'Italia che se confermate anche domani (oggi, ndr) dovrebbero archiviare un'edizione positiva». Anche la società biellese Botto Giuseppe prevede una manifestazione positiva con una riconferma degli ordini dell'omologa di un anno fa. Tuttavia: «È un anno non semplice. Le difficoltà arrivano soprattutto da due aree chiave», ha poi detto Silvio Botto Poala, ad dell'azienda da 60 milioni di euro. «Da una parte la Cina che ha visto un rallentamento delle vendite di beni di lusso dopo anni di crescita considerevole. Dall'altro gli Stati Uniti che hanno sofferto di una inversione di tendenza nel cambio euro-dollaro». Certo, nei colloqui con imprenditori e manager, non sono mancati riferimenti alla situazione del Regno Unito dopo il sì alla Brexit e agli attentati terroristici di Parigi, Bruxelles fino al più recente di lunedì sera a Istanbul. «Sono ottimista di natura», ha aggiunto Lincoln Germanetti, ad di Tollegno 1900. «Noi stiamo performando piuttosto bene ma c'è sempre l'incognita legata ai flussi nei negozi. Situazioni come la Brexit o ancora di più gli attentati hanno come primo effetto quello di far viaggiare di meno la gente. Di conseguenza gli acquisti nei department store o negli aeroporti diminuiscono. Sono vendite che non vengono recuperate nel corso dell'anno e questo impatta poi indietro nella filiera fino alla parte a monte». Sulla situazione in Turchia e sull'andamento dei gruppi del lusso si è invece soffermato Alessandro Bastagli, patron della fiorentina Lineapiù. «Credo che il lusso non cali, ma di certo sta registrando un assestamento dovuto agli ultimi accadimenti. Pur confermando molti appuntamenti», ha poi aggiunto Bastagli, «siamo cauti su questa edizione di Pitti immagine filati anche per gli attentati a Istanbul che hanno bloccato i viaggi di alcuni buyer. E poi non dimentichiamoci della Brexit che ci sta dando molte preoccupazioni e incertezze». Di parere opposto sulle difficoltà dopo l'uscita dall'Europa del Regno Unito, Paolo Todisco, ad di Zegna Baruffa lane Borgosesia. «Non credo che la Brexit andrà a impattare sui conti e sulle previsioni dell'anno. Per noi il mercato inglese rappresenta una quota pari all'1-1,5%.

menu

## MFFashion

30 Giugno 2016

### Textile News

di Pagine a cura di Milena Bello e Matteo Minà (Firenze)



#### Lineapiù a 44 milioni di euro (+4%) rilancia nel 3D

Lineapiù dà il via alla fase due del progetto 3D e continua a investire in ricerca con il raddoppio della capacità produttiva della nuova filatura inaugurata l'anno scorso. L'azienda di Capalle (Firenze) specializzata in filati per maglieria, fondata nel 1975 da Giuliano Coppini (scomparso un anno fa) e dal 2010 guidata e rilanciata da Alessandro Bastagli, ha chiuso l'anno passato a 44 milioni di euro di giro di affari (+4%). Per l'esercizio in corso prevede una tenuta, confermando un ebitda superiore al 10%. La società sta presentando all'interno dello stand di Pitti immagine filati a

Firenze un nuovo step della tecnologia (in questo caso un pizzo in 3D) lanciata a inizio anno per arricchire la maglieria di strutture tridimensionali (vedere MFF del 28 gennaio). Un processo realizzato con polveri di poliammide e stampanti a tre dimensioni, in partnership con l'azienda belga Materialise. «Stiamo testando i lavaggi, ma rispetto ai mesi scorsi abbiamo sviluppato nuove morbidezze e una decina di colori», ha spiegato a MFF lo stesso Bastagli. «Già l'anno prossimo puntiamo a inserire questi prodotti in campionario insieme con i fili, accessori che saranno customizzati sulla base delle richieste del cliente, ma in futuro vogliamo arrivare al capo intero grazie alla tecnica del body scanning». Sempre sul fronte della creatività, la società, che investe ogni anno circa 1,2 milioni di euro in ricerca e sviluppo, punta sempre più a realizzare in house i nuovi filati. «Entro fine anno raddoppieremo la capacità produttiva della nuova filatura. Un investimento di 600-700 mila euro che si rende necessario per offrire prodotti inediti e non essere copiati, andando a anche a modificare i macchinari», ha concluso l'imprenditore.

#### Filmar punta sul 100% bio

Sostenibilità ma soprattutto tracciabilità dell'intero percorso, dal seme fino al filato. Filmar, realtà da 150 milioni di euro, punta sul progetto Nilo per l'autunno-inverno 2017/18, la gamma di filati interamente ecologica realizzata con i cotone egiziani. «Sin dal 2009 siamo attivi anche in Egitto, tramite la nostra partecipata Filmar Nile textile, per approvvigionarci in loco del cotone al mondo che viene trasformato presso i nostri stabilimenti», ha spiegato a MFF Piera Francesca Solinas, corporate social responsibility manager di Filmar, «due anni fa abbiamo poi deciso, nel quadro dei nostri progetti in materia di responsabilità sociale, di attivare un'iniziativa di sviluppo sostenibile, denominata Cottonforlife. In collaborazione con Alexbank, del Gruppo Intesa Sanpaolo, abbiamo avviato una partnership con piccole associazioni di contadini locali per sostenere la coltivazione biologica ed eco-solidale del cotone». Per comunicare il tutto, il gruppo ha presentato a Pitti immagine filati un cortometraggio intitolato Cottonforlife: Lungo il Filo Italia Egitto.

#### Millefilati verso la crescita single digit

Millefilati conferma una leggera progressione del giro di affari nel 2016. La società carpigiana di filati cardati per maglieria da oltre 64 milioni di euro di fatturato 2015, in linea con l'esercizio precedente, punta a una crescita single digit nell'anno in corso trainata dall'export, oggi oltre il 60% delle vendite. «Abbiamo una visibilità, e mi sento di dire credibilità, in 18 paesi oltreconfine, conquistata grazie alla nostra creatività e reattività», ha spiegato a MFF Francesco Galli, presidente di Millefilati.

«Se non ci saranno sorprese prevediamo a fine anno una crescita single digit». Sul fronte del prodotto, l'azienda sta presentando all'interno di Pitti immagine filati a Firenze, in uno stand allestito sul concetto del senza tempo, le proposte autunno-inverno 2017/18. Uno spazio allestito con 50mila matite colorate che saranno donate in beneficenza a Sos Villaggi dei bambini. La collezione si compone di articoli che, ispirandosi ai grandi filati classici come bouclé, mouliné e fiammati, vengono stravolti nelle coloriture dai contrasti, rivedendo il concetto di old style.

### **Zegna Baruffa mette l'accento sugli accessori**

Zegna Baruffa Lane Borgosesia scommette sul segmento degli accessori. Saranno infatti i filati pensati per questo ambito una delle aree di crescita più interessanti del gruppo biellese che tiene sotto le proprie ali i marchi Baruffa, Chiavazza e Botto Poala. «Stiamo riscontrando un buon sviluppo di questi prodotti, meno estremi e dal target di prezzo intermedio. Siamo cresciuti molto bene e sono convinto ci sia spazio per questo genere di proposta», ha dichiarato a MFF Paolo Todisco, amministratore delegato della realtà biellese. Dopo un 2015 archiviato in leggero aumento («Siamo cresciuti dell'1,4% ma con un'ebitda a 5,2 milioni», ha precisato Todisco), il gruppo prevede di archiviare il 2016 in linea con l'esercizio precedente. Sul fronte prodotto, Zegna Baruffa Lane Borgosesia celebra Cashwool, la sua lana con mano cashmere che ha fatto la storia del gruppo e che rappresenta il suo prodotto di punta. Per dare forza all'identità di questo filato, registrato nel 1960 ma che venne poi messo sul mercato nel 1978, il gruppo ha scelto infatti di suggellare con l'anno ufficiale di nascita il nome del suo prodotto più emblematico: Cashwool diventa così Cashwool 1978.

### **Botto Giuseppe celebra 140 anni a tutto eco**

Botto Giuseppe celebra i 140 anni con due novità. Da una parte il restyling del sito con l'obiettivo di rinfrescare ed aggiornare l'immagine dell'azienda, dall'altro il lancio di una collezione interamente sostenibile. «Con il nuovo sito l'intenzione è comunicare come già da diversi anni l'azienda non sia più solo una realtà specializzata in tessuti ma è diventata anche un player nell'ambito dei filati classici fini», ha spiegato a MFF Silvio Botto Poala, ad dell'azienda da 60 milioni di euro che prevede di archiviare il 2016 in linea con l'esercizio precedente. «Questo si sta rivelando un anno più difficile ma contiamo di mantenerci sui livelli del 2015. Piuttosto», ha aggiunto, «le differenze sono dovute ai singoli mercati». Tornando alle novità per il 2016, sul fronte prodotto il lanificio biellese presenta a Pitti immagine filati la sua svolta nel segmento sostenibile con il lancio del progetto Naturalis fibra con il quale l'azienda sposa il tema eco lungo tutta la filiera produttiva. La lana è prodotta dall'azienda australiana Congi. La fase produttiva avviene nello stabilimento di Tarcento, in Friuli, attivato con l'energia idroelettrica e pannelli solari, e nel controllo dei coloranti utilizzati certificati da Cradle to Cradle.

### **Cariaggi-Swarovski, accordo deluxe per Chrysalis**

Cariaggi si allea con Swarovski per il nuovo filato pettinato uomo e donna Chrysalis. La realtà marchigiana specializzata nella produzione di filati haut de gamme ha presentato ieri all'interno di Pitti immagine filati a Firenze il nuovo prodotto per l'autunno-inverno 2017/18, frutto della collaborazione con l'azienda svizzera di cristalli. Chrysalis, che fa parte del progetto Essentia, che raccoglie filati di alta gamma, è realizzato con fibre di cashmere di 15,5 micron e seta pregiata Mulberry e impreziosito da cristalli Swarovski che donano lucentezza al prodotto. La garzatura consente all'articolo dalle tonalità color panna una texture particolarmente soffice per un risultato voluminoso, leggero e brillante. Sempre sul fronte della ricerca e innovazione, la società da 102,7 milioni di euro di fatturato 2015, ha confermato anche per l'anno in corso l'investimento di 1 milione di euro, ampliando il servizio di stock service per essere reattivi alle difficoltà del mercato. «Il primo quarter 2016 si è aperto con una leggera flessione, in linea con il budget», ha spiegato a MFF Cristiana Cariaggi, consigliere d'amministrazione dell'azienda. «Se non ci saranno cambiamenti, puntiamo a chiudere l'anno con un lieve decremento». (riproduzione riservata)