

**FIERE**

## Filati, ricavi in frenata A Pitti sguardo proiettato al 2026

L'industria della filatura italiana non sfugge al rallentamento che sta interessando l'intero sistema moda e nel 2024 perde il 6,2% del fatturato, secondo le stime di Confindustria Moda, scendendo a 2,7 miliardi e tornando, di fatto, ai livelli pre-Covid del 2019. Dopo l'impennata del 2021 e del 2022, l'ultimo biennio è stato deludente sia per la filatura laniera (che vale l'83% del fatturato totale), sia per il cotone e il lino. In flessione l'anno anche l'export (-4,1% a 833 milioni), che però nei filati ha un peso più contenuto che negli altri comparti moda (poco più del 30%) perché gran parte vengono trasformati in Italia. Come la moda uomo e la moda junior, l'industria della filatura nel 2024 migliora il saldo commerciale grazie alla forte discesa dell'import: il risultato segna +36 milioni. Per quest'anno le previsioni sono di consolidamento del settore, anche se dal salone Pitti Filati - che si apre oggi a Firenze con 114 marchi italiani e stranieri, 69 dei quali presentano le collezioni di filati per la primavera-estate 2026 (gli altri sono espositori di macchine tessili, ricami, finissaggi, software e maglificio) - ci si aspetta un segnale di fiducia. Tra i nomi più importanti c'è la marchigiana Cariaggi, specializzata nei filati pregiati e controllata dall'omonima famiglia (51%) affiancata da Chanel e Brunello Cucinelli (24,5% a testa), che ha appena stretto i rapporti con un fornitore storico, assicurandosi il 25% della Ritorcitura Vignolini di Prato. L'operazione si spiega con la volontà di rafforzare le competenze nel segmento dei filati fantasia, di cui Prato è sempre stata regina. «Abbiamo deciso di consolidare la collaborazione con la Ritorcitura Vignolini entrando in società al 25% - spiega il presidente Piergiorgio Cariaggi - per accrescere le specializzazioni delle maestranze nel segmento luxury, sia internamente che presso i nostri fornitori».

Cariaggi ha chiuso il 2024 con 121 milioni di fatturato, in calo del 13%, un risultato considerato «soddisfacente» vista la «persistente complessità di mercato». Il budget 2025 prevede un leggero incremento: «Il sentiment di questo avvio d'anno è leggermente più positivo», afferma Cariaggi, che si appresta a investire quasi cinque milioni per ampliare

gli stabilimenti di Cagli e inserire nuove tecnologie. Punta sull'innovazione anche il lanificio biellese Botto Giuseppe, che ha stretto una partnership con la giapponese Spiber Inc, pioniera delle fibre proteiche prodotte con una tecnologia di fermentazione all'avanguardia, che ha portato allo sviluppo di filati misti contenenti il 20-50% di fibre Brewed Protein combinate con il cashmere e di filati pettinati 100% Brewed Protein. «Botto Giuseppe è la prima realtà europea a sviluppare e commercializzare con successo filati realizzati interamente con fibre Brewed Protein - afferma l'azienda -. Questi filati sono versatili, adatti alla tessitura e alla maglieria, e possono essere utilizzati per camicie, abiti e maglie in jersey». Nell'ottobre scorso era stata un'altra azienda biellese, Zegna Baruffa Lane Borgosesia, ad annunciare la collaborazione con Spiber, che ha portato alla creazione di filati composti per il 30% di fibra Brewed Protein e per il 70% di lana merinos Rws, adatti anche in questo caso sia alla maglieria che alla tessitura. Gli investimenti su nuovi prodotti e nuovi processi si «scontrano» però con le dinamiche di mercato sempre più complesse. «I brand tendono sempre più ad avere una visione "time to market" - spiega Raffaella Pinori, titolare della pratese Pinori Filati - e questo vuol dire ad esempio che, se non fai il pronto moda sulla collezione invernale, nei mesi di settembre, ottobre e novembre non lavori. In questa situazione quando hai bisogno di maestranze specializzate è difficile trovarle per pochi mesi. Non puoi fare programmazione, sei sempre sotto pressione».

Dal distretto tessile di Prato, che al Pitti Filati conta ben 29 aziende espositrici, l'imprenditore Stefano Borsini sparge fiducia: «Nonostante il momento non brillante, le aspettative sono buone: il successo di Pitti Uomo fa pensare a un risveglio di interesse per prodotti moda di livello elevato».

— **Silvia Pieraccini**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Innovazione.** Una proposta della sezione Knitwear del Wool Lab di Woolmark