

## **Aziende pistoiesi alla fiera Firenze Home TexStyle**

PISTOIA – Dopo molti anni, le aziende pistoiesi tornano sui palcoscenici delle fiere internazionali, e lo fanno con la forza della loro eccellenza.

Un gruppo di imprenditori del tessile per la casa, soci di Confartigianato Pistoia, saranno presenti alla prima edizione della fiera Firenze Home TexStyle, una dozzina di aziende. Tra queste Ricami Capecchi di Serravalle, Niccolai Luxury Home di Pistoia, Cianchi Fiorello di Quarrata, David Home di Quarrata, Coralba di Quarrata, GP Palombella di Firenze, Agostini Editori Tessili di Quarrata.

Organizzata da Firenze Fiere, torna in grande stile a Firenze la fiera sulle collezioni di biancheria per la casa, tessile per l'arredamento e nautica. Firenze Home TexStyle si svolgerà dal 2 al 4 febbraio 2019 alla Fortezza da Basso in contemporanea con la 12° edizione di Immagine Italia & Co., anteprima collezioni intimo – lingerie, promossa e organizzata dalla Camera di commercio di Pistoia.

Le motivazioni di una presenza pistoiese così massiccia, sono state spiegate nel corso di una conferenza stampa che si è svolta in Confartigianato, alla presenza del presidente dell'associazione, Simone Balli, del presidente della Camera di commercio di Pistoia, Stefano Morandi e di due imprenditori: Roberto Cianchi e Gable Capecchi, presidente della Federazione Moda di Confartigianato Pistoia.

L'opportunità offerta da Firenze Fiera, è stata accolta con grande soddisfazione da Confartigianato. “Siamo felici – ha detto il presidente – di riavere una fiera per la biancheria. La Camera di commercio ha accolto favorevolmente questa nuova opportunità mettendosi a disposizione delle aziende. Firenze Fiere ha dato la possibilità alle aziende pistoiesi del settore, quelle che sono all'avanguardia. Sarà una edizione numero zero che proverà a mettere insieme i due settori, in padiglioni separati ma attigui: Lingerie e biancheria per la casa”.

“L'auspicio – ha detto Stefano Morandi – è che l'evento possa tornare ad essere un'unica iniziativa come era a suo tempo. Quest'anno facciamo le prove con le due manifestazioni in spazi attigui con ingresso in comune. E' una fiera che fa ben sperare perché ospita aziende che sono riuscite a stare sul mercato nazionale e internazionale e che Camera di commercio sostiene con un contributo economico di 1.200 euro”.

La partecipazione alla fiera fiorentina è un importante impegno economico per le aziende: cinquemila euro per la sola presenza, ma le spese, tra catalogo e campionario può arrivare anche a 15mila euro.

Per le aziende, è un investimento.

“Partecipare a questa prima edizione della fiera – ha spiegato Roberto Cianchi – è come fare un po' da cavie. Siamo partiti molto tardi non c'è stato modo di pubblicizzare l'evento, ma siamo molto contenti, speriamo sia l'inizio di una fiera importante che duri negli anni. La fiera per noi ha una importanza vitale per raggiungere una clientela che per noi sarebbe difficile andare a raccogliere. E il fatto che abbia una programmazione triennale, ci rassicura sulla continuità”.

Gable Capecchi ha spiegato come il settore della biancheria per la casa sia ormai maturo, ucciso da un'importazione incontrollata dai paesi asiatici che ha avvilito tutta l'offerta che è sul mercato. Ma la concorrenza più pericolosa viene dall'interno dell'Europa ed ha citato i casi di Spagna e Portogallo.

“In quei Paesi – ha spiegato Capecchi – oltre a lavorare molto bene, le aziende possono contare su costi del lavoro molto bassi, una specie di aiuti di Stato mascherati. Poi i politici spagnoli sanno lavorare molto bene in Europa, e i loro uffici commerciali conoscono bene i mercati e sanno bussare alle porte giuste. Noi questi aiuti non li abbiamo, in compenso abbiamo una classe politica

inefficiente. In dieci anni nel nostro Paese sono scomparsi 50 milioni di fatturato nel settore del tessile per la casa”.

Nonostante ciò, le imprese pistoiesi ci credono e credono ancora nelle fiere “perché i mercati esteri, in particolare quello americano, vuol vedere in viso l'imprenditore, vuol conoscere l'azienda e la fiera rappresenta uno strumento strategico, anche per il mercato interno.

“Noi rappresentiamo un mercato di nicchia, ma non scordiamoci che anche in Italia ci sono tante persone che possono permettersi di spendere anche un milione di euro al giorno”.

Poi la visibilità. Essenziale per questo tipo di imprese.

“Firenze è Firenze – ha ricordato Capecchi – è il centro di molte cose, è un polo di grande attrattività, lo straniero viene sempre volentieri a Firenze. Con questa fiera puntiamo alla artigianalità della produzione. Noi siamo un mercato di nicchia che ancora esiste ed ha il suo spazio”.

