

Textile Laser

JEANOLOGIA RECENTLY PRESENTED ITS INNOVATIVE SUSTAINABLE PRODUCTION PROCESSES IN SHANGHAI.

by Andrea Malavolti

Jeanologia is the the world leader of garment finishing equipment manufacture through eco-friendly processes. It presented its innovative production model to the Asian market at the first edition of *Première Vision Asia*, in Shanghai, last October. The market is currently undergoing such rapid expansion that the Spanish Jeanologia recently decided to strengthen its Far Eastern network by opening a new office, Jeanologia Hong Kong Limited, in Hong Kong. At the same time the company continues to introduce new products like the GFK textile laser and the eco-friendly G2 washing machine leading to remarkable saving of energy, chemicals and times on jean finishing processes, all at much lower costs. According to Enrique Silla, CEO Jeanologia, "The new laser technology is the best for producing larger amounts compared with other types of jeans finishing, like manual scraping, PP spraying and sandblasting. The laser alternative offers the biggest productions, up to 100-200 jeans per hour". The ecological G2 washing machine, on the other hand, avails of ozone and oxygen to wash jeans and T-shirts without using water or chemical products.

JEANOLOGIA HA PRESENTATO A SHANGHAI IL SUO INNOVATIVO E SOSTENIBILE MODELLO PRODUTTIVO.

Durante la prima edizione di *Première Vision Asia*, che si è svolta a Shanghai lo scorso ottobre, l'azienda spagnola Jeanologia, leader mondiale nelle finiture degli indumenti con processi sostenibili, ha presentato il suo innovativo modello produttivo al mercato Asiatico. Un mercato in forte espansione, tanto che Jeanologia, per espandere la propria rete commerciale nel Far East, ha aperto una filiale ad Hong Kong, la Jeanologia Hong Kong Limited. Quanto ai nuovi prodotti, la società ha sviluppato un laser tessile chiamato GFK e la macchina per il lavaggio ecologico G2, che permettono di ottenere un eccezionale risparmio di energia, sostanze chimiche e tempo nei processi di finitura dei jeans, il tutto a costi molto bassi. Secondo Enrique Silla, ceo di Jeanologia, "Questa nuova tecnologia al laser si adatta meglio alle produzioni di grosse quantità rispetto ad altre forme di finitura dei jeans, come la raschiatura manuale, la spruzzatura PP o la sabbatura. Il laser rappresenta l'alternativa in quanto offre una produttività maggiore, fino a 100-200 jeans all'ora". La macchina per il lavaggio ecologico G2, dal canto suo, lavora con l'ozono e l'ossigeno, ed è in grado di lavare jeans e T-shirt senza utilizzare acqua o prodotti chimici.

www.jeanologia.com




filoscozia
 the original

Filoscozia®, the original

THE HISTORIC FILOSCOZIA® BRAND IS STILL CONSIDERED AN IMPORTANT VALUE.

by Andrea Malavolti

Thorough market research and a series of B2B and B2C surveys, sponsored by the associated companies, Filmar Spa and Olcese Spa, reveal how the perceived value of the historic Filoscozia® brand is now stronger than ever. On being asked "What does Filoscozia represent to you?", an over 30 target group often replied with phrases like "Filoscozia is one of the finest sock brands!", or "Underwear? The very best!". Obviously there was less response from under 20, with the exception of a few teenagers raised by mothers with an educated interest in textiles. The label was sometimes mistaken for another finished article producer even though always associated with the highest standards. The textile and manufacturing industries, on the other hand, unanimously described an exceptional, fine mercerized cotton which has, unfortunately, for some time been threatened by a proliferation of poor imitations, for example "Filo di Scozia", lacking the fine characteristics of the original.

LA STORICO MARCHIO FILOSCOZIA® VIENE PERCEPITO ANCORA OGGI COME UN VALORE MOLTO IMPORTANTE.

Un'accurata indagine di mercato e diversi sondaggi B2B e B2C, promossi dalle aziende associate Filmar Spa e Olcese Spa, hanno messo in luce che il valore percepito del marchio storico Filoscozia® è oggi ancora molto forte. Alla semplice domanda "Che cos'è per te Filoscozia?", il pubblico over 30 ha frequentemente citato frasi del tipo "Filoscozia è una marca di calze, della migliore qualità!", oppure "Biancheria intima? Quella bella!". Sono state ovviamente minori le risposte degli under 20, fatte salve alcune teenager acculturate da madri sensibili in materia tessile. Il marchio è stato a volte confuso con un brand che produce capi finiti, ma le risposte sono sempre state connotate da accenti di qualità. Univoco è stato il responso dal comparto tessile e manifatturiero per un filato di cotone sottile, mercerizzato, della migliore qualità, purtroppo da tempo minato da una proliferazione di copie fasulle, come "Filo di Scozia", che non rispettano le caratteristiche dell'originale.

www.filoscozia.it