



L'expert

Marcel Planellas

Empresaris de moda que senten els colors

En una conversa amb Isak Andic, ell mateix recordava que, en el moment en què Mango va començar, va visitar un dels industrials tèxtils més importants de l'època, i que la seva màxima il·lusió era que baixés a la fàbrica per ensenyar-li la nova maquinària que havia adquirit. En canvi, l'industrial gairebé no donava importància als venedors, que tenia ubicats en uns despatxos molt estrets. Segurament, a aquesta persona li seria difícil entendre que es pot ser empresari tèxtil sense ser fabricant i que, actualment, no és tan important la fabricació sinó la capacitat de desenvolupar un concepte i de saber portar-lo al mercat d'una manera rendible.

Els Andic, Casi, Meyer, Adell i Palatchi són alguns dels empresaris emprenedors que des de Barcelona competeixen amb èxit en el món de la moda internacional. Per sort, no van escoltar els que deien que el tèxtil no tenia futur o que des de Barcelona no era possible crear una marca internacional. Evidentment, han hagut d'innovar i han protagonitzat la transformació de la indústria amb una estratègia de valor afegit basada en la diferenciació, en la construcció de marca. I ara, malgrat la crisi econòmica, les seves previsions són de continuar creixent, ja que consideren que el seu mercat és el món i obren botigues a les principals ciutats, sobretot a les dels països emergents.

En l'actual indústria de la moda, els tallers i les fàbriques poden estar a milers de quilòmetres i no cal que siguin pròpies. En canvi, són molt importants les inversions que es fan en logística i en sistemes d'informació, és a dir, tot el que faci possible que les botigues tinguin "just a temps" les novetats que els clients els demanen.

En un sector que té un alt nivell de competitivitat, cal fugir de les guerres de preus. En canvi, la creació de marca ha esdevingut un element decisiu de diferenciació. Per això actualment es fan inversions tan importants en la decoració de les botigues i dels aparadors, així com també en campanyes de publicitat i patrocini.

En la meua opinió, aquestes empreses del sector de la moda que "senten els colors" són un molt bon exemple de la nova indústria que necessitem per impulsar la reactivació econòmica del nostre país.

★

Marcel Planellas és professor i secretari general d'Esade

