

Textil-Expres



REVISTA Nº 230

ABRIL 2017

TEXTIL IBÉRICO:
UN ECOSISTEMA DE ÉXITO.

«SINAUBAYNAU»:
BIEN / IMPOSIBLE / VIABLE.

LA REACTIVACIÓN
DEL CONSUMO EUROPEO
NO SERÁ ESTE AÑO.

UN NUEVO EQUILIBRIO
GEOGRÁFICO, EN LA POLÍTICA
DE SOURCING.

LA INDUSTRIA DE LA MODA
EN MADA Y MU:
BOTONES DE MUESTRA.

¿CÓMO ENTREGAR 200.000
DISFRACES, EN 80.000
PEDIDOS, EN TRES SEMANAS?

INDITEX SIGUE CRECIENDO
Y HACIENDO CRECER.

LA REVOLUCIÓN DE LA
IMPRESIÓN DIGITAL:
PARA EL TEXTIL
Y PARA EL RETAIL.

ZERRES

ZERRES.COM

enrique.secall@secallconsulting.com

de inspiración: RAW, All Indigo, Winter Sunset y Kitsch. La moda que viene está **inspirada en la naturaleza y la**

rusticidad, en sus tonalidades y materias primas. Estarán muy presentes los grandes jerseys y los chaquetones y

abrigos de aire retro; de piel de doble faz, como el mítico mouton, y con variedad de colores, si bien el rojo y el

Portugal-España, febrero, tiempo 1: Madrid

Momad Metrópolis: Los dos países ibéricos han construido un negocio circular del textil

España y Portugal forman un tándem en el que las dos partes salen ganadoras.

Durante los tiempos recientes, algunos años ya (pero parece que todo empezó ayer), hemos hecho un seguimiento muy próximo del textil portugués en la interesante evolución que había emprendido para su modernización (la del sector específico, y la del entorno del país en su conjunto), empeño en el que está alcanzando ya un punto muy interesante de plenitud.

En este mes de febrero de 2017, el encadenamiento fortuito de acontecimientos ha querido que algunas de las fases de ese seguimiento se sucedieran, con tres escenarios, en un plazo de tiempo muy breve, es decir, muy seguidos en el espacio de un mes.

El **primer escenario fue Madrid**, con motivo de la celebración de su feria de confección **Momad Metrópolis**, que tuvo lugar **del 3 al 5 de febrero**, y de cuyo desarrollo se podrá ver la crónica de conjunto en otro tema de este número. Por una parte hubo 18 firmas expositoras portuguesas, de diversas especialidades del vestir. Por otro lado, la **Associação Têxtil-Vestuário de Portugal** presentó el proyecto «**Fashion from Portugal**», explicando las acciones previstas en el mercado español. Nuestro país será, con Alemania, los países nórdicos y Estados Unidos, un escenario privilegiado de estas acciones, en los capítulos de marcas, moda y diseño, y tecnología de producto (materia en la que el avance portugués ha sido asombroso),

para textil de vestuario desde luego, pero extensibles también a textiles para el hogar.

El coordinador general de este programa (cuya aplicación en España, en términos de difusión informativa, ya empezó por San Sebastián el pasado verano) es **Paulo Vaz**, director de la ATVP. El plan está cofinanciado por los Fondos Estructurales y de Inversión Europea, y encuadrado en el Programa Operativo de Competitividad e Internacionalización, de la **operación Portugal 2020**; un programa en el que, por cierto y para sorpresa general, los objetivos cifrados ya han sido alcanzados en el cuarto trimestre del 2016: un volumen global de negocios de 7.200 millones de euros, un volumen de exportaciones de 5.000 millones (el 70% de la producción), un saldo neto anual de la balanza comercial de 1.100 millones de euros. España es con mucho el primer cliente: compra el 36% de lo que Portugal exporta (1.500 millones), seguida por Francia con un 12%. Lo que ocurre con España es que hace un negocio combinado: compra y revende. Es un éxito de dos.

Se podría decir que **España y Portugal**, funcionando en tándem, han **construido en la Península Ibérica un negocio circular del sector textil/confección** que es uno de los más integrados del mundo, y en el que se supone que ambas partes salen ganando (ya sean los países, como entidades colectivas, o los sujetos que, en una y otra parte, actúan como ejecutores físicos de las operaciones, es decir, las empresas).■