

Fidels a les cites semestrals, les passarel·les de moda han tornat a omplir pàgines de diaris i revistes, i han tancat noticiaris donant fe de múltiples desfilades per a presentar la moda que es consumirà d'aquí a mig any, o sigui, la temporada primavera-estiu de 2005. A Espanya els referents a prendre en consideració són les ciutats de Madrid i Barcelona, en línia (a escala nostrada) dels clàssics Milà, París i Nova York, autèntics aparadors de les tendències del vestir al món desenvolupat. A Barcelona l'esdeveniment és el que actualment s'anomena Fashion Week, que aquest darrer setembre ha constatat de la coneguda Passarel·la Gaudí, del festival alternatiu anomenat Circuit i del ModaFAD. Els mitjans de comunicació, inclòs aquest, han anat plens d'imatges de noies precioses lluint models de colors i formes que la majoria mai no ens posaríem, però que mirem embadalits. El toc de glamur i d'escalfor que envolta les desfilades, en aquesta darrera edició, ha pujat uns graus amb la presentació d'una col·lecció calenta per part de dissenyadors de samarretes, sota el suggestiu títol de Contact, feta ni més ni menys que a la Sala Bagdad de Barcelona. Com si formessin part de l'esdeveniment, a les desfilades no hi falten mai polítics de tots els colors que, amb la seva presència, recolzen els seus dissenyadors; s'hi afegeixen futbolistes, cantants, actors...

La moda és una festa. I la indústria?

MODEST GUINJOAN I JOSEP MARIA LLAURADOR

Vaja, que, si s'és *algú*, s'hi ha de ser! El peu de la passarel·la sembla talment una altra desfilada. Tot plegat un esdeveniment social -i, curiosament, polític- de primera magnitud, una festa ben bé. Pel que fa a la indústria, als sectors de la confecció i del gènere de punt, de tan llarga tradició a Catalunya, sembla que les passarel·les no els fan ni fred ni calor. Al país hi ha oficialment 154 empreses que facturem més d'un milió d'euros cada una, les quals venen per valor d'uns 3.000 milions i donen feina a unes 21.000 persones. D'aquestes empreses només n'hi ha 11 que facturin més de 60 milions d'euros, de les quals, per cert, 7 són multinacionals. La resta són empreses més petites i cap amb marca de ressò internacional, com el que tenen, posem per cas, dissenyadors italians o francesos. El disseny que desfila a Barcelona i a Madrid sembla recórrer un camí paral·lel al de la indústria, però sense ponts de connexió. Tot plegat en un sector en què les nostres empreses, a més de petites, estan

molt centrades en el mercat interior; la importació no para de créixer; la taxa de cobertura empitjora (actualment exportem l'equivalent al 54% de les importacions), i en què la manufactura pròpiament dita té mala peça al teler a causa de la creixent deslocalització. En aquest context, l'administració catalana, que destina anualment 7 milions d'euros a les passarel·les, es troba en fase de racionalitzar el sistema d'adjudicació de la gestió de la setmana de la moda de Barcelona i d'augmentar la transparència de la gestió mateixa. És, sense dubte, una bona notícia tractant-se de diners públics. Després quedarà la part més difícil i que, al llarg dels anys que s'ha celebrat l'esdeveniment, encara no ha reeixit: aconseguir que darrere dels dissenyadors s'hi muntin empreses competitives i rendibles, i posar en sintonia els dissenyadors amb els empresaris. Si no és aquest el veritable objectiu, el suport a les passarel·les continuarà tenint com a argument el xou i, com a màxim, el contrapès a la Cibele que se celebra a Madrid, on té el mateix component de festa que aquí i amb la qual Barcelona manté una suposada lluita per la capitalitat de la moda. Però no ens enganyem, ni l'una ni l'altra són capitals de la moda, ni tan sols per al mercat interior, almenys per ara.