
Modaes

Entorno

Pura lana, territorio vedado a la gran distribución

C. De Angelis
14 oct 2013 - 04:37

Cachemir, angora, seda y, por supuesto, lana. Todas estas son fibras de origen animal utilizadas por la industria de la moda, que conviven con aquellas de origen vegetal, mineral o sintético.

Los costes de producción resultan una barrera infranqueable para la entrada de varias de estas fibras en la gran distribución de moda, en la que el algodón y las fibras sintéticas más económicas se llevan la mayor parte del pastel. En cambio, el lujo sí accede a estos tejidos.

“Desde 2010, el mercado del lujo ha evolucionado mejor que el de la moda de mass market, tanto en volumen como en valor”, explica Rob Langtry, director global de estrategia de Woolmark. “Tenemos que esperar otros dos años -prosigue- antes de que el sector de la moda se estabilice y los consumidores recuperen su poder adquisitivo; la crisis ha cambiado las actitudes de los consumidores y los españoles en particular han vuelto a buscar precio, contando con una gran información sobre las diferentes ofertas, y son más exigentes hacia un equilibrio entre precio y calidad”.

En todo caso, Langtry asume que la lana es un producto de nicho. “Mientras no podamos reducir los costes de producción, sólo preveemos ver al lujo y a las marcas premium, y sus consumidores, como los principales demandantes de prendas que contengan lana”.

La producción mundial de lana se sitúa alrededor de 1.900 millones de toneladas al año y más de la mitad del total (un 53%) se dedica a la fabricación de ropa. Australia, país de origen de The Woolmark Company (entidad sin ánimo de lucro que agrupa a 30.000 ganaderos australianos), concentra el 25% de la producción mundial de esta fibra. China y Nueva Zelanda son el segundo y tercer mayor fabricantes mundiales de lana, fibra en la que España concentra aproximadamente el 1,5% de la producción mundial.

Modaes

A fin de promover el uso de esta fibra, Langtry subraya que “los consumidores compran moda, no fibra”, por lo que la principal barrera a superar “es que los diseñadores utilicen la lana para las colecciones de primavera-verano”. “Esto - prosigue- nace más de la ignorancia sobre esta fibra y sus característica que de la experiencia”.

Respecto al aprovisionamiento y el suministro, la lana tiene en el sistema de producción internacional de la moda ventajas e inconvenientes. Por un lado, tal y como señala el directivo de The Woolmark Company, “el suministro es estable y no cambia rápidamente porque cada kilogramo de lana que se produce se vende”. Sin embargo, al mismo tiempo la lana tiene un proceso productivo complejo. “Para generar más lana, necesitamos criar más ovejas, y eso lleva tiempo”, comenta.