



A1303

18/12/2001

DISCURSO DEL PRESIDENTE DEL GOBIERNO, JOSÉ MARÍA AZNAR, EN LA PRESENTACIÓN DEL PLAN GLOBAL DE LA MODA

Madrid, 18-12-2001

Muy buenas tardes a todos, señoras y señores,

En primer lugar, quiero darles a todos la bienvenida y agradecerles su muy amplia presencia hoy aquí. Quiero que sepan que, sin duda, es para mí un gran placer y satisfacción poder reunirme, una vez más, con el sector de la moda que, sin duda, creo que merece y disfruta de una atención prioritaria y singular por parte del Gobierno.

Creo que la importancia de este sector no es necesario exagerarla. El sector de la moda lo forman 7.000 empresas, que dan empleo a más de 200.000 personas, que facturan más de 10.000 millones de euros y que exportan más del 40 por 100 de su producción. Pero, además, se trata, sobre todo, de un sector con enorme potencial de proyección de la imagen-país de España en todo el mundo; un sector que debe ser espejo de creatividad, de vigor de la iniciativa privada y de la creciente proyección internacional de nuestro país, así como de la apertura a nuevas ideas y tendencias, que son hoy la tarjeta de presentación de España.

El Plan Global de la Moda que hoy presentamos es la respuesta a la realidad de la moda en España. Es una iniciativa, sin duda, inédita en nuestro país. Por primera vez, todos los Departamentos ministeriales que tienen relación con este sector han adoptado una estrategia coordinada para caminar todos en una misma dirección.

En diciembre del año 2000 la Comisión Delegada del Gobierno para Asuntos Culturales acordó integrar los proyectos relacionados con la moda que los Ministerios de Economía, de Educación, Cultura y Deporte, y de Ciencia y Tecnología acababan de poner en marcha. La idea era definir un plan global coherente, que permitiera aprovechar la complementariedad y las sinergias de las distintas estrategias y actuaciones para ponerlas al servicio de un objetivo común, que es conseguir que el sector de la moda española desarrolle todo su potencial, tanto en el mercado nacional, como en el internacional. Hoy, un año más tarde, afortunadamente, el Plan es ya una realidad.

Las actuaciones previstas van a producirse desde muy distintas vertientes: desde el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, y desde el Ministerio de Ciencia y Tecnología, se actuará para mejorar la formación, la imagen, el diseño, la estructura, la

dimensión empresarial y la tecnología. El objetivo es situar a las empresas españolas en condiciones óptimas para competir globalmente.

El Ministerio de Economía, a través del ICEX, ayudará a estas empresas a desarrollar eficazmente el gran potencial que ofrecen los mercados exteriores para la moda española.

Sin embargo, en el desarrollo del Plan hemos tenido claro desde el principio quiénes son sus verdaderos protagonistas. La validez y el éxito del proyecto exigían la implicación total del sector privado. Los empresarios industriales, los diseñadores y creadores han trabajado de forma intensa en estos meses conjuntamente con los Ministerios implicados, y a ellos les quiero dar las gracias.

Fruto de ese trabajo, contamos hoy con el resultado de unas recomendaciones y propuestas de actuación compartidas por las que creo que todos nos tenemos que felicitar.

La aportación del Ministerio de Economía, a través de la Secretaría de Estado de Comercio y Turismo y del Instituto Español del Comercio Exterior, va a ser la puesta en marcha de un Plan de Promoción Exterior de la moda española. Este plan está en línea con la prioridad otorgada al sector de la moda en el vigente Plan de Internacionalización de la Secretaría de Estado de Comercio y Turismo. Su elaboración se ha basado en un estudio del sector, de su potencial exportador y de su posición competitiva internacional. El fin principal va a ser el de crear una imagen de calidad para la moda de España en el exterior. Queremos así asegurar que nuestras empresas dejen de estar en una situación de partida de desventaja frente a nuestros principales competidores.

Debemos y tenemos que consolidar la imagen de España como un país creador de moda y tenemos que definir con claridad su posición estratégica internacional en este ámbito.

El Plan de Promoción Exterior tendrá tres ejes estratégicos: en primer lugar, apoyar, como he dicho, el desarrollo empresarial para la internacionalización, superando las deficiencias estructurales que nuestras empresas tienen en este momento. Para ello queremos integrar más el diseño y la industria de cara a los mercados internacionales; queremos mejorar la información e impulsar un mayor peso de la comercialización y del diseño de cara al mercado exterior.

En segundo lugar, queremos desarrollar la imagen de España como un país creador de moda. Una imagen paraguas de excelencia y diseño debe arropar a todas las empresas del sector. Para ello se dará apoyo a los desfiles de diseñadores españoles en las principales pasarelas internacionales. Desarrollaremos, además, una política de comunicación internacional de la moda española, asegurando el conocimiento de la realidad y del potencial de nuestra moda en todos los mercados que sean necesarios.

Finalmente, desarrollaremos las acciones de promoción comercial en el exterior. Éstas incluirán la creación de un nuevo portal electrónico y una base de datos con los agentes de los principales mercados. Potenciaremos la presencia española en las principales ferias profesionales, se organizarán misiones de compradores extranjeros a España y se adaptarán los programas de apoyo a la empresa del ICEX al sector de la moda, entre otras medidas y criterios.

También crearemos un Observatorio de la Moda, que proporcionará información sobre las tendencias de la moda y producto, los mercados objetivos y las alternativas estratégicas de la internacionalización.

Y, naturalmente, al igual que hemos hecho en la definición de este Plan de Promoción Exterior, en su ejecución queremos asegurar también un papel esencial del sector privado.

Todas estas acciones serán financiadas, a través de diversas vías, desde el Ministerio de Economía: por un lado, mediante programas de apoyo que supondrán una inversión de veinte millones de euros anuales; por otro, mediante programas de capital-riesgo de apoyo a la presencia de nuestras empresas en el exterior por importe de doce millones de euros anuales, y a ello se unirá la línea de financiación del Instituto de Crédito Oficial para las pequeñas y medianas empresas.

Por su parte, el Ministerio de Educación y Cultura ha analizado con el sector las posibilidades de mejora de la formación de los estudios de moda y de diseño en nuestro país. Se ha avivado así la conciencia de que España debe disponer de estudios de moda con una verdadera excelencia académica. Sabemos que el sector de la moda está muy ligado a la creatividad y a la incorporación de nuevos valores culturales; por eso es importante integrar en la acción de formación a jóvenes diseñadores, a estudiantes en nuevas tecnologías para productos de moda, e, igualmente, queremos intensificar la colaboración, ya existente, con las asociaciones profesionales y con todas las personalidades del sector para situar la moda en los espacios de la cultura.

Por su parte, la innovación es, sin duda, la clave de las actuaciones del Ministerio de Ciencia y Tecnología en el marco del Plan Global de la Moda. Innovación entendida en el sentido más amplio, que va más allá de mejorar los productos y procesos. Innovación que debe extenderse también a la cooperación con proveedores y clientes, a la logística, a la respuesta más rápida posible a las necesidades del mercado, y también al establecimiento de una política comercial ágil y basada en una decidida apertura.

La penetración de la Sociedad de la Información en el sector de la moda creemos que es también fundamental. Afecta y define todas y cada una de las fases innovadoras, desde el diseño del producto hasta la distribución. Y no debemos olvidar tampoco el comercio electrónico en sus diversas modalidades, los portales temáticos y posibles escenarios nuevos, como las denominadas "pasarelas virtuales".

Teniendo en cuenta la estructura del sector de la moda y la dimensión de sus empresas, es importante avanzar en la constitución de plataformas de cooperación interempresarial. Estas plataformas deben servir para dotar a los empresarios de la moda de una dimensión acorde con las producciones y con los mercados en los que se han de mover. Todo ello ha de permitir avanzar en el objetivo de integrar el diseño en el ámbito empresarial. Esta integración creemos que es clave como factor de diferenciación y mejora de producto propio de una economía avanzada.

El Ministerio de Ciencia y Tecnología, por lo tanto, promoverá los centros tecnológicos, dotando los ya existentes en los sectores textil y del calzado de nuevos recursos. El objeto será alcanzar niveles de excelencia, logrando así infraestructuras tecnológicas

suficientes en la empresa. De esta manera, el soporte tecnológico industrial estará a la altura de los diseñadores de moda y de sus colecciones, asegurando así productos de calidad y de prestigio de la moda española.

Se trata, en definitiva, por lo tanto, de asegurar un adecuado soporte industrial capaz de transformar las colecciones en realidades comerciales.

Quiero, finalmente, referirme a un aspecto de muy creciente importancia. Es muy importante fomentar las marcas como signos distintivos y diferenciales e impulsar su protección. Precisamente acaba de aprobarse una nueva Ley de Marcas, que deroga la ya obsoleta de 1988 y que armoniza la legislación española con las vigentes en nuestro entorno más próximo, especialmente la Unión Europea.

El Ministerio de Ciencia y Tecnología ha incorporado ya el Plan Global de la Moda como una de sus acciones estratégicas. A través de sus programas, ha dotado dicha acción con cuatro millones de euros anuales en subvenciones a fondo perdido y doce millones de euros anuales en préstamos a largo plazo, con condiciones extraordinariamente favorables.

Queridas amigas y amigos, antes de terminar, quiero expresar de un modo especial mi agradecimiento a todos aquellos profesionales que, en representación de sus sectores, han trabajado conjuntamente con los responsables de los tres Ministerios implicados en la génesis y definición del Plan y que, necesariamente, espero que nos sigan acompañando en la ejecución del mismo.

Lo que hoy presentamos es el resultado de una fructífera unión de esfuerzos de todos y tengo la convicción de que esa misma unión, que el Plan Global de la Moda proyecta hacia el futuro, contribuirá a fortalecer las estructuras del sector y a fortalecer su presencia estable en los mercados internacionales.

Contamos desde hoy con un nuevo instrumento para consolidar la imagen de nuestra moda en el mundo. Hemos puesto ilusión, esperanza y empeño en este esfuerzo, y queremos que eso sea también una buena imagen de la realidad de España como país abierto, plural, creativo y dinámico. Ése es nuestro objetivo compartido y a eso es lo que yo les pido que contribuyan entre todos a que podamos hacer realidad.

Permítanme, para terminar, desearles a todos el mayor de los éxitos, muy feliz Navidad y un buen año 2002.

Muchas gracias.