

Moda Tecnologias para estampar e modelar vêm da Itália e da França

Apesar de ano fraco, setor têxtil atrai europeias

Vanessa Barone

Para o Valor, de São Paulo

O setor têxtil não mostrou pujança em 2014 — ao contrário. Segundo dados do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), o varejo de tecidos, vestuário e calçados encolheu 0,9% nos primeiros dez meses. Ainda assim, duas empresas europeias apostam no mercado brasileiro: a italiana Miroglio e a francesa Lectra.

A Miroglio inaugurou, há alguns meses, uma fábrica de tecidos estampados em Brusque (SC). Com um investimento inicial de R\$ 2 milhões e pouco mais de seis meses de funcionamento, a fábrica já propiciou um crescimento de 40% nas vendas. A produção atual é de 3 milhões de metros por ano. “O Brasil e os Estados Unidos são os países mais promissores dentro da estratégia internacional da Miroglio”, diz Matteo Restagno, CEO no Brasil.

O grupo começou a operar no país em 2010, com um bureau de estilo e uma pequena produção de amostras de tecidos estampados. Os pedidos dos clientes brasileiros eram enviados à Itália, onde eram produzidos. “O problema era o tempo que isso tomava e o custo final do produto”, diz Restagno.

No Brasil, o sexto maior mercado da Lectra, seu CEO, Daniel Harari vê perspectivas de expansão no segmento de softwares para criar moda. “O processo de fabricação no Brasil é desenvolvido, mas a criação de moda precisa ser modernizada e realizada de maneira mais sofisticada, com mais tecnologias”, diz ele. (ver mais abaixo).

O processo de estamparia da Miroglio no Brasil é feito exclusivamente pelo processo digital. Recentemente, contratou designers brasileiros para estar mais afinada ao gosto do cliente local. A carteira de clientes conta com

80 empresas, a maior parte do segmento de moda casual, para as quais a Miroglio fabrica tecidos estampados à base de viscosa, poliéster, algodão e seda. Na Itália, a empresa possui uma linha completa de artigos para a moda praia. “Em breve, essa linha também deverá estar sendo produzida aqui”, diz Restagno.

Fundada no início dos anos 1990 em Alba (Itália), Miroglio é uma holding que se divide nos segmentos industrial e de moda. O industrial inclui fiação, tecelagem e estamparia. A produção anual é de 20 milhões de metros de tecido. No início, a empresa usava rotativas para a estamparia. Hoje, o foco é na tecnologia digital, que não exige metragem mínima de tecido para ser viável industrialmente.

Batizado de E.Volution, o processo de estamparia digital usado pela Miroglio é bem menos poluente que o feito por rotativas, diz Restagno. “Esse processo de estamparia reduz em 90% o uso de água e também em 90% a emissão de CO2 no ambiente”, diz.

No segmento de tecidos estampados, a empresa produz 3,5 mil novos artigos por ano e já conta com uma galeria de 50 mil desenhos. A Miroglio atende cerca de 3 mil grifes e varejistas no mundo.

A divisão de moda, Miroglio Fashion, reúne as marcas de moda de varejo Elena Mirò, Motivi, Fiorella Rubino, Caractère, Oltre, Luisa Viola e Diana Gallesi e tem cerca de 2 mil pontos de venda. Recentemente, além de produzir vestuário para as marcas próprias, o grupo começou a fornecer para outros varejistas, como a americana Forever 21. Os artigos de vestuário são produzidos pelas fábricas do grupo na Itália, Marrocos e China.

O faturamento anual do grupo, que possui 9 mil funcionários, é de € 800 milhões. No Brasil, fatura R\$ 20 milhões.



Matteo Restagno, CEO no Brasil da Miroglio, abriu em Brusque, em Santa Catarina, uma fábrica de tecidos estampados: as vendas já cresceram 40%