

Modtissimo a réussi son édition physique

Le salon portugais a attiré ses exposants habituels ainsi que de nouveaux acheteurs étrangers.



Un salon sous haute protection sanitaire. Les rituels de protection ont accompagné chaque visite. Des sprays anti-bactériens étaient vaporisés sur chaque échantillon, car les acheteurs ont besoin de toucher les tissus, de sentir « la main » d'une étoffe, sa douceur, son relief. *Jose Gageiro*

COMME les équations, il existe des éditions de salon à plusieurs inconnues, à l'instar de celle que vient de résoudre la manifestation portugaise *Modtissimo*. Elle avait fait le choix d'une session physique, les 23 et 24 septembre derniers à Porto. Ce qui fait figure d'exception dans le paysage européen des salons de mode cette saison. L'événement a regroupé la quasi-totalité des tisseurs et confectionneurs habitués, pour présenter 200 collections de l'hiver 2021-22. A la clôture, le bilan s'avérait positif.

«*Tour de force logistique réussi*», lâchait, soulagé, Manuel Serrão, le directeur de l'association *Selectiva Moda* qui gère le salon. Les directives étaient strictes, avec 480 visiteurs maximum autorisés simultanément dans l'enceinte de l'édifice. Sur les stands, les rituels de protection (solutions hydroalcooliques, sprays anti-bactérien vaporisés sur les échantillons) ont accompagné chaque visite. Un service de test au covid-19 a même été proposé par un laboratoire. «*Les contraintes sanitaires se comprennent. Les acheteurs ont besoin de toucher, de sentir la «main» d'une étoffe, sa douceur, son relief. L'aspect visuel ne dit*

pas tout d'une qualité et les clients rencontrés se réjouissent de retrouver ce contact sensoriel», observe José Antó-

Malgré quelques sursauts, les commandes restent en baisse pour l'industrie du Portugal.

nio Ferreira, le directeur des ventes de Lemar.

Le visitorat s'est révélé qualitatif. «*Les étrangers ont battu un record le premier jour avec 200 acheteurs inter-*

nationaux recensés». Si la fréquentation est restée modérée, elle a apporté son lot de satisfaction et de nouveaux

LES temps incertains ont une influence sur la mode. «*Les changements sociologiques liés au contexte sanitaire guident les achats*» souligne-t-on chez *Tessimax*. Ses clients optent pour des pièces «*rasurantes et cocooning*» (laine et soie, laine et viscose). Chez *Tintex*, il est question de tissus «*loungewear*» et «*seconde peau*». *Lurdes Sampaio*

évoque une percée du velours éponge recyclé, façon homewear. *Dielmar* constate une hausse des pantalons casual et une baisse des costumes. «*Le confinement et la généralisation du télé-travail ne sont certainement pas totalement étrangers*».

Parallèlement, la demande au salon s'est teintée de vert. Chez *Lemar*,

70% de son chiffre d'affaires avec des marques françaises (*Aigle, Balibaris, Ami...*), on comptabilisait une dizaine de nouveaux prospects.

Baisse de la production

Des signes encourageants bienvenus en ces temps incertains. Bon nombre de professionnels n'entrevoient en effet pas de reprise «*avant le milieu de l'année 2021*». Le printemps-été 2021 a été qualifiée de «*laborieux*» avec les stocks dormants de l'été 2020. L'hiver 2021-22 a été jugé en revanche «*déterminant*». Car on s'interroge sur la pérennité des mouvements actuels de sourcing en faveur du Portugal. Olga Leal, la directrice commerciale d'*Expotime*, évoque «*une marque française d'outdoor prête à repositionner majoritairement sa production sur le territoire*». Mais, «*il est difficile de savoir si le basculement actuel vers le Portugal par des donneurs d'ordre habituellement enclins à se fournir en Asie, est une solution transitoire ou durable*», reconnaît António Cunha, le directeur export d'*Orfama*. A *Modtissimo*, il en a rencontré quatre venus des Etats-Unis désireux de monter une structure au Portugal pour leur marque haut de gamme. Mais si «*des mouvements s'opèrent*», ils ne sont pas encore «*significatifs*».

Malgré ces sursauts, le climat d'affaires reste terni par des commandes à la baisse. Chez *Lemar*, on évoque un repli de 30 à 40%. «*Ceux qui commandaient hier 1.000 mètres s'arrêtent aujourd'hui à 200-300 mètres*». Roberto Nuno F. Cunha, responsable grands comptes chez *Paulo de Oliveira*, parle d'un business «*ralenti*». *Dielmar*, le spécialiste du costume masculin signale un «*recul du formel*». L'activité logistique peine également. Chez *Rangel*, elle est tombée à 40% au printemps avant de remonter à 70%.

Selon *Atp* (l'association du textile-habillement du Portugal), la produc-

80% des attentes pour l'hiver 2021-22 concernent des produits eco-friendly. Son nouveau concept, *Soul Eco*, un polyamide biodégradable, a fait mouche. Chez *Jfa*, c'est un fil recyclé (360 Jfa). Quant à *Anbievolution*, elle pique chaque mois «*la curiosité des acheteurs avec une pincée de nouveautés en maille recyclée*».

M.E.F. ●

