

Abril de 2026. Píndola sectorial

El sector de la moda i la pell a Catalunya

El sector de la moda i la pell a Catalunya

ACCIÓ

Generalitat de Catalunya



Els continguts d'aquest document estan subjectes a una llicència Creative Commons. Si no s'indica el contrari, se'n permet la reproducció, distribució i comunicació pública sempre que se'n citi l'autor, no se'n faci un ús comercial i no se'n distribueixin obres derivades. Podeu consultar un resum dels termes de la llicència a: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

L'ús de marques i logotips en el present informe és merament informatiu. Les marques i logotips esmentats pertanyen als seus respectius titulars i en cap cas són titularitat d'ACCIÓ. Aquesta és una representació il·lustrativa parcial de les empreses, organitzacions i entitats que formen part de l'ecosistema del sector de la moda i la pell. Poden haver-hi empreses, organitzacions i entitats que no han estat incloses en l'estudi.

Realització

Unitat d'Estratègia i Intel·ligència Competitiva d'ACCIÓ
PriceWaterhouseCoopers Asesores de Negocios SL

Col·laboració

Unitat d'Estratègia Empresarial
MODACC
Leather Cluster Barcelona

L'informe està cofinançat amb el Fons Europeu de Desenvolupament Regional (FEDER) de la Unió Europea, en el marc del Programa del FEDER de Catalunya 2021- 2027

Índex de continguts

3

1. Resum executiu

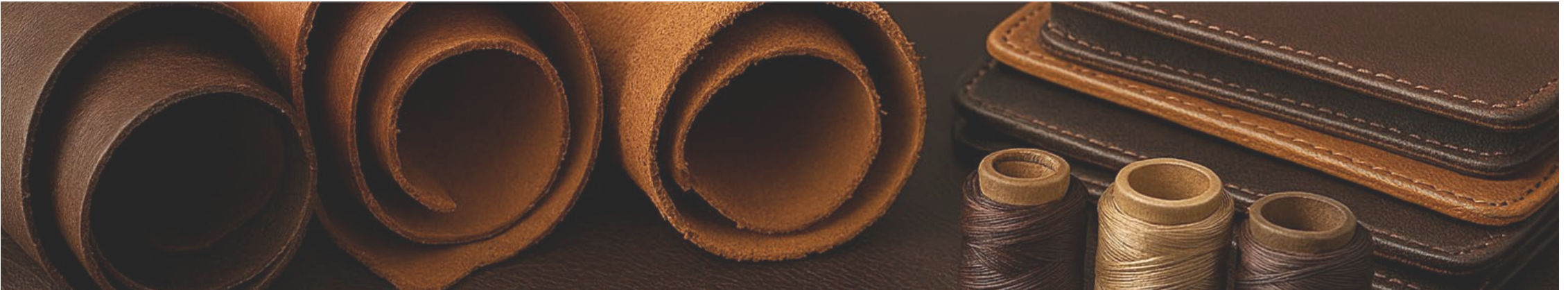
2. Visió global del sector de la moda i la pell

3. El sector de la moda i la pell a Catalunya

4. El sector de la pell a Catalunya

5. Tendències i reptes estratègics per al sector

Annex



El sector de la moda i la pell a Catalunya

1. Resum executiu



Creixement del sector i dinamisme de la inversió internacional

- El sector global de la moda i la pell manté una tendència de creixement sostingut, amb una taxa anual del 4% (2019-2024) i previsions d'acceleració fins al 6% (2025-2028).
- Els fluxos d'inversió estrangera directa (IED) han assolit gairebé 23.000 M€ i prop de 900 projectes (2021-2025).
- En l'últim quinquenni, els principals països receptors de projectes han sigut els Estats Units, Alemanya, Egipte i Vietnam. Espanya se situa en el top 5.

Predomini de la roba i concentració productiva a Àsia

- La roba representa aproximadament el 55% del pes del sector, mentre que la producció de roba concentra al voltant del 17%. Dins la producció de roba, destaquen clarament els països asiàtics, especialment la Xina, Bangladesh, Vietnam i l'Índia.

Tendències i dinàmiques clau del sector

- El sector experimenta un canvi en el comportament del consumidor, amb una tendència cap al *trade down*, especialment en contextos inflacionaris, que impulsa la demanda d'opcions més assequibles com la segona mà.
- Paral·lelament, el *bullwhip effect* està generant una volatilitat elevada en la cadena de subministrament, amb l'amplificació de les fluctuacions de la demanda al llarg de les diferents baules de la cadena de valor.
- Es consolida un consum més racional i digitalitzat, amb el creixement del *recommerce*, el canal *online* i el *Internet of Things* per optimitzar operacions com el control de qualitat.

Més de 950 empreses conformen el sector a Catalunya

6



El sector a Catalunya es troba en creixement

- El sector de la moda i la pell a Catalunya està format per 953 empreses, que generen 73.660 llocs de treball i una facturació de 17.559 M€, i es consolida com un àmbit amb un pes rellevant dins l'economia catalana.
- L'activitat es troba altament concentrada a la província de Barcelona, que aglutina prop del 90% de les empreses i més del 95% de la facturació i dels llocs de treball.
- El sector ha experimentat un creixement significatiu des del 2017, amb un increment del 21% en la facturació, del 29% en el nombre d'empreses i del 14% en llocs de treball.

Predomini important de les marques en la cadena de valor

- La cadena de valor es caracteritza pel pes de les marques, que representen el 38% de les empreses, però concentren el 81% de la facturació i el 83% de l'ocupació, i actuen com a motor principal del sector.
- Els productors (43% de les empreses) i els retailers (19%) tenen un menys pes en termes econòmics, però són baules clau per al funcionament del conjunt del sector.

Catalunya disposa d'un ecosistema potent que impulsa el conjunt del sector

- El sector gaudeix d'una àmplia xarxa catalana de clústers i d'associacions com el Gremi de Fabricants de Sabadell, MODACC, Barcelona Fashion i Leather Cluster Barcelona. I també un gran nombre de centres formatius i tècnics com Llotja, IED, la Gaspar, Elisava i A3 Leather Innovation Center.

El sector de la moda i la pell a Catalunya

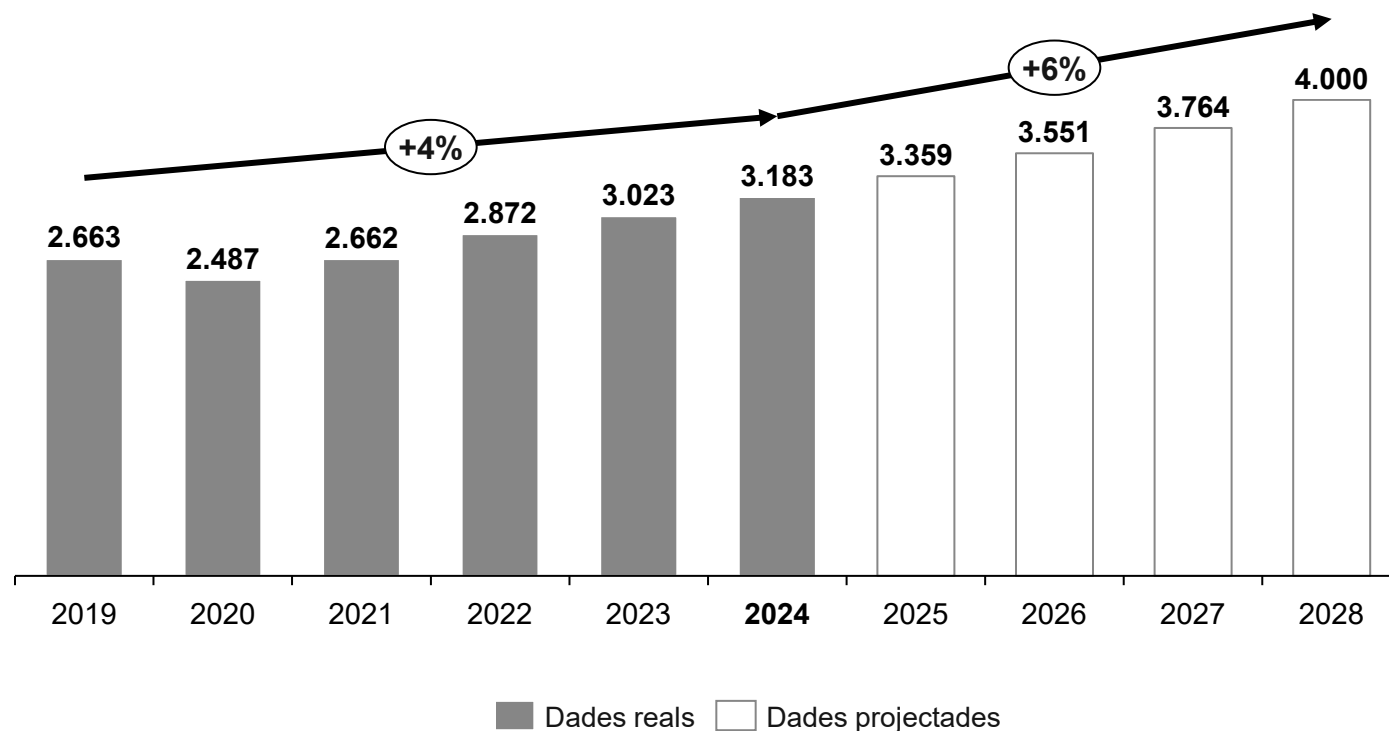
2. Visió global del sector de la moda i la pell

El sector de la moda i la pell a escala global

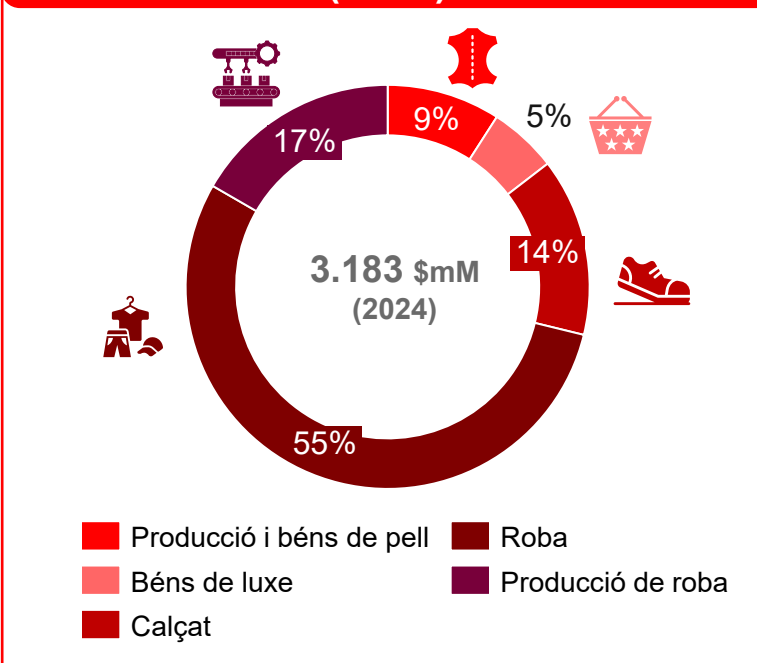
8

Des de **2019**, el sector de la moda i la pell a nivell global ha **crescut** a una taxa anual composta del **4%** (2019-2024) i s'espera que el **sector segueixi creixent** al **6%** els **anys vinents** (2025-2028)

Facturació del sector 2019-2028 (\$ mM)



Pes per baula de la cadena de valor (2024)



Font: Elaboració pròpia, a partir d'informació de Technavio (2024)



Producció de roba

40%

25%

24%

12%

531 mM\$

Casual Formal Esportiva De nit

El 65% de la facturació del mercat de la producció de roba al món es concentra en la roba casual i formal

Empreses destacades (2024)

PLUMMY FASHIONS LIMITED

EPYLLION GROUP

YOUNGOR

CRYSTAL GROUP

shahi

Luenthai

ais

BEXUNCO

Reliance

ARVIND FASHIONING POSSIBILITIES

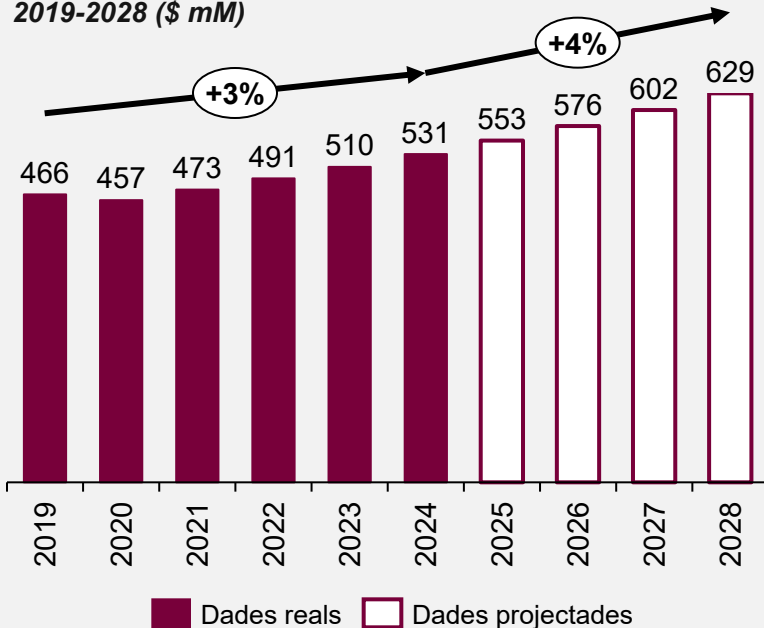
JAY DEE Exports

ADITYA BIRLA FASHION & RETAIL

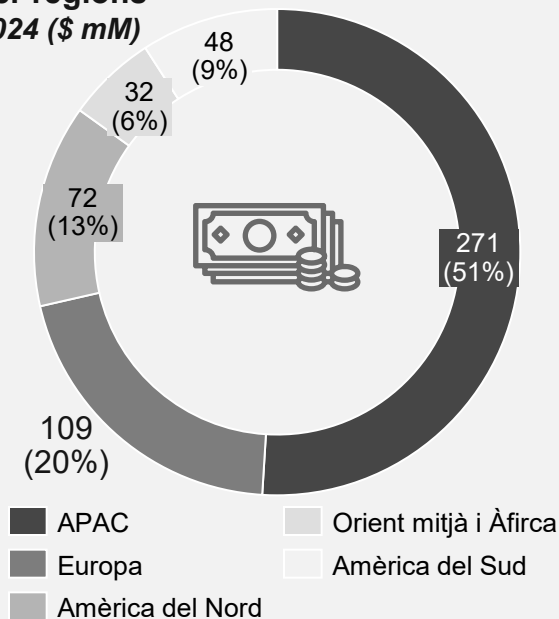
Vardhman

FAKIR APPARELS

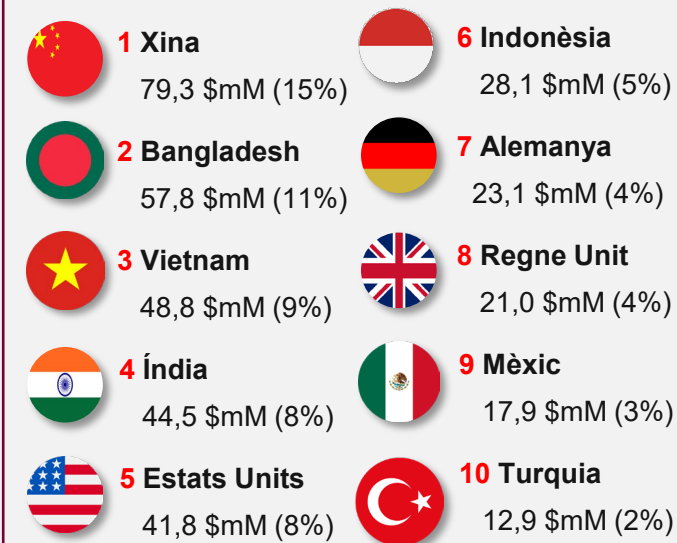
Facturació de la producció de roba 2019-2028 (\$ mM)



Facturació dels productors de roba per regions 2024 (\$ mM)



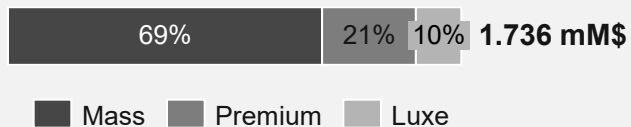
Països principals per valor de la producció (2024)



Font: Elaboració pròpia, a partir d'informació de Technavio (2024)



Roba

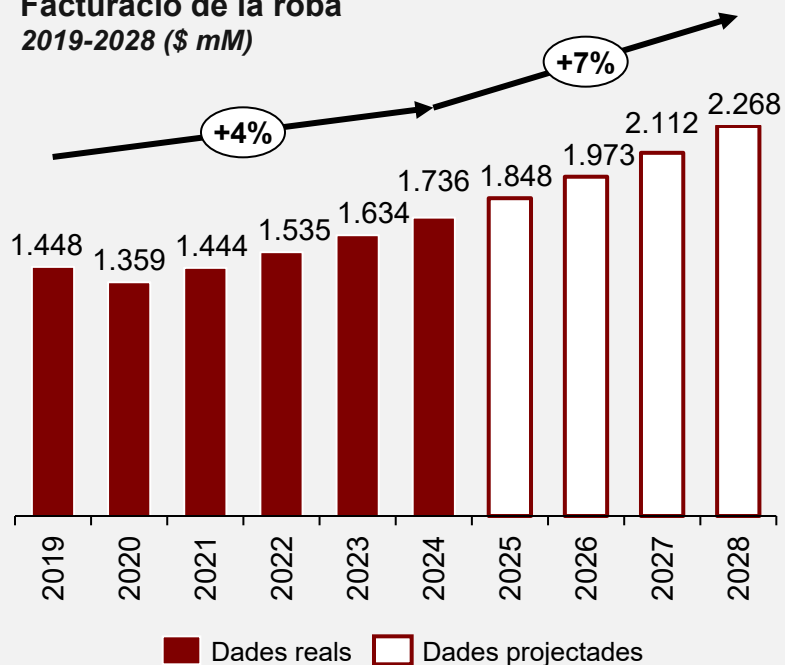


El 69% de la facturació del mercat de la roba al món es concentra en la producció a gran escala (*mass*).

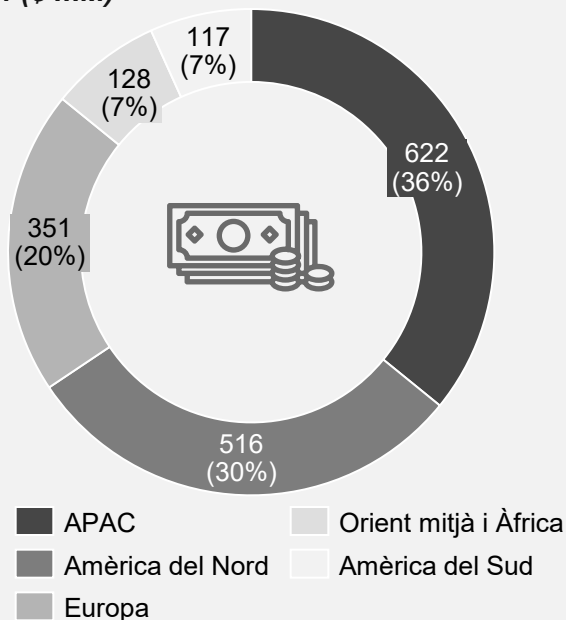
Empreses destacades (2024)



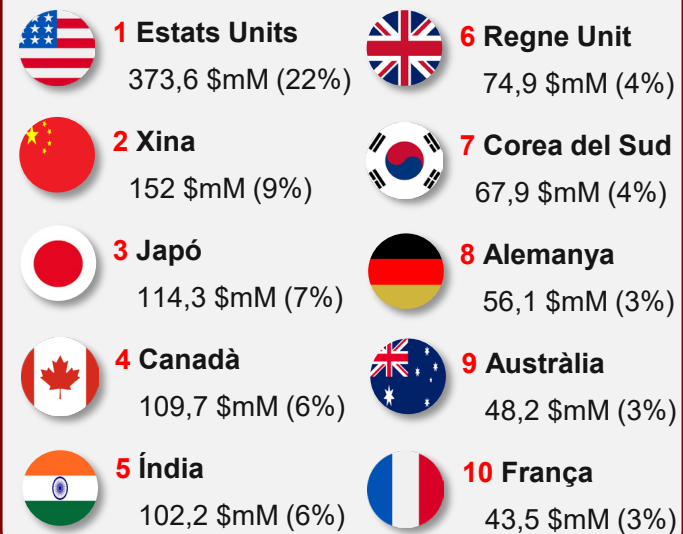
Facturació de la roba 2019-2028 (\$ mM)



Facturació de la roba per regions 2024 (\$ mM)



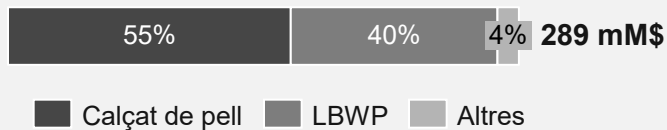
Països principals per valor de la producció (2024)



Font: Elaboració pròpia, a partir d'informació de Technavio (2024)



Producció de béns de pell

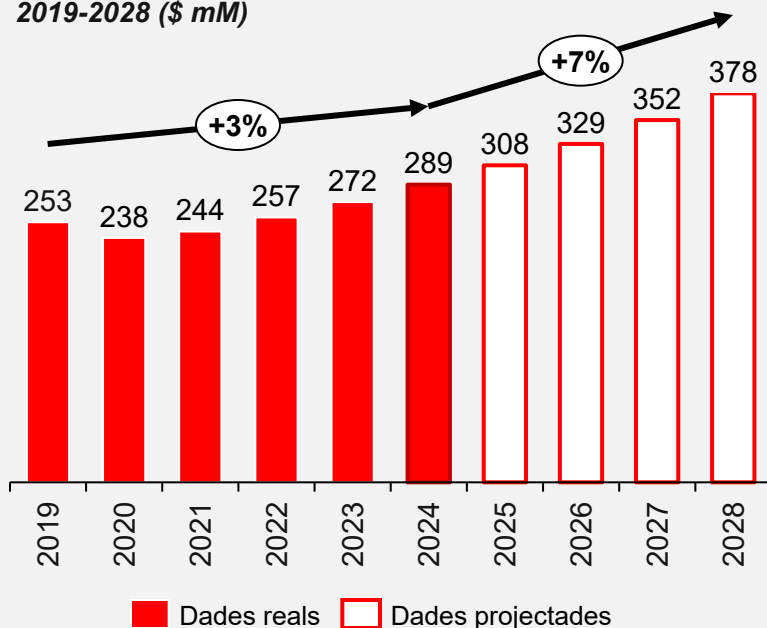


El 55% de la facturació del mercat de la producció de béns de pell al món es concentra el **calçat de pell**

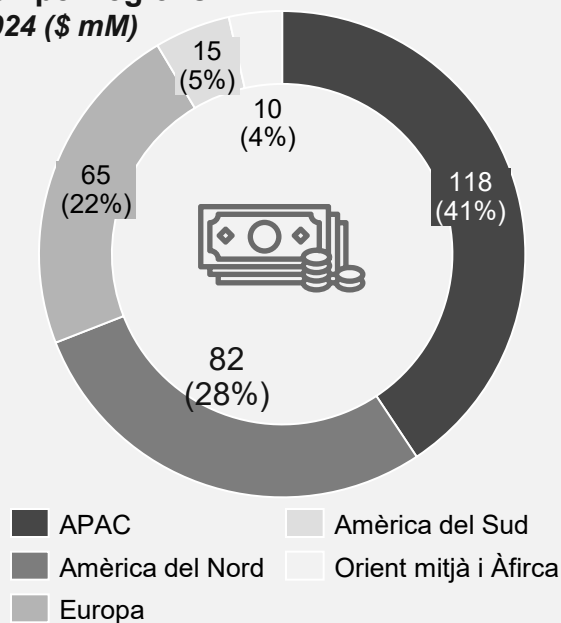
Empreses destacades (2024)



Facturació de la producció de béns de pell 2019-2028 (\$ mM)



Facturació dels productors de béns de pell per regions 2024 (\$ mM)



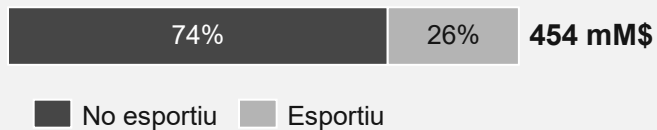
Països principals per valor de la producció (2024)

- 1 Estats Units**
92,7 \$mM (32%)
- 2 Xina**
46,1 \$mM (16%)
- 3 Japó**
24,5 \$mM (8%)
- 4 França**
16,4 \$mM (6%)
- 5 Regne Unit**
13,6 \$mM (5%)

Font: Elaboració pròpia, a partir d'informació de Technavio (2024)



Calçat



El 74% de la facturació del mercat del calçat al món es concentra en la producció de calçat no esportiu

Empreses destacades (2024)

VALENTINO
ecco

asics

NIKE

DOLCE & GABBANA LVMH

PUMA

KERING

VF

SKECHERS

BROOKS

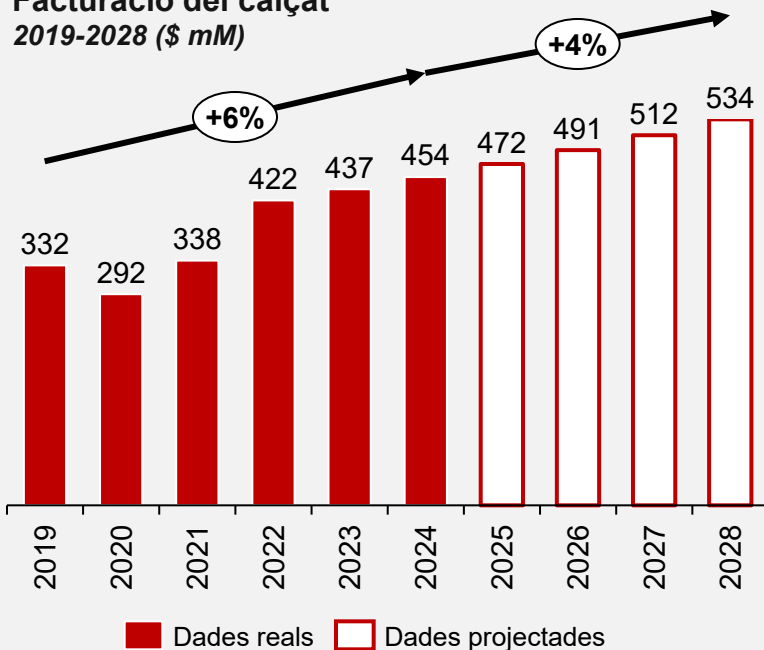
UNDER ARMOUR

HERMÈS PARIS

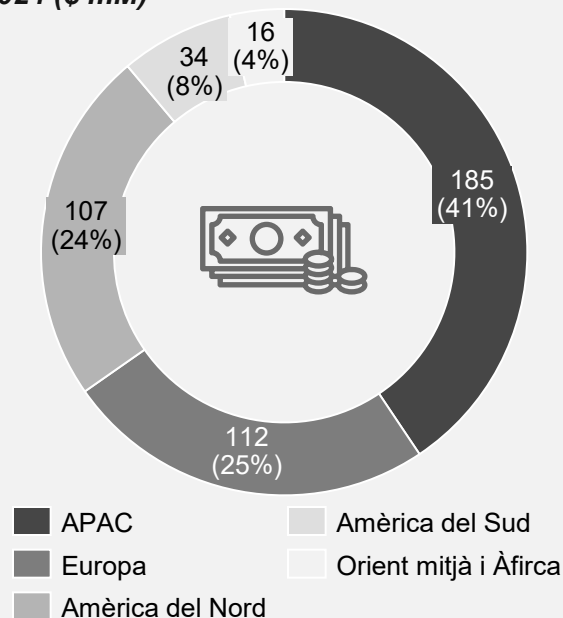
new balance

adidas

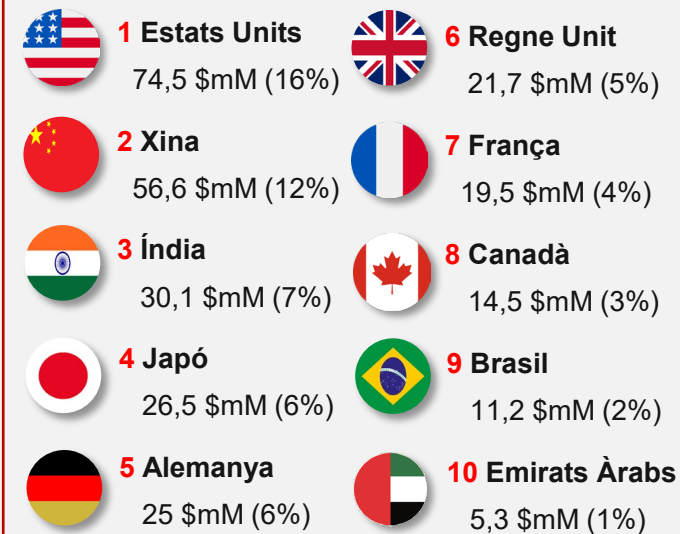
Facturació del calçat 2019-2028 (\$ mM)



Facturació del calçat per regions 2024 (\$ mM)



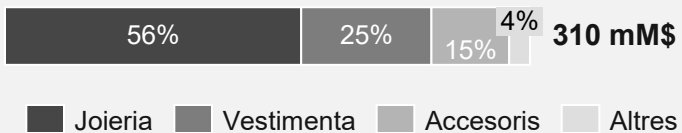
Països principals per valor de la producció (2024)



Font: Elaboració pròpia, a partir d'informació de Technavio (2024)



Béns de luxe

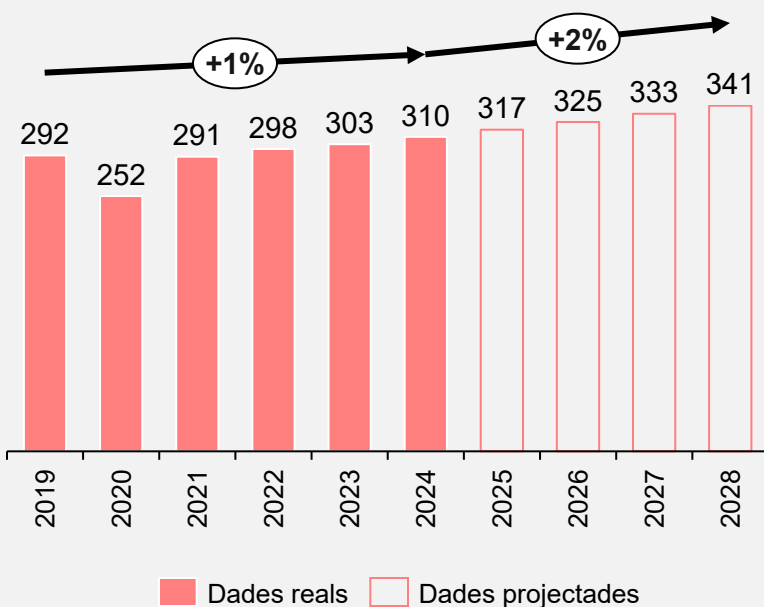


El **56% de la facturació** del mercat dels béns de luxe de moda i pell al món es concentra en la **producció de joieria**

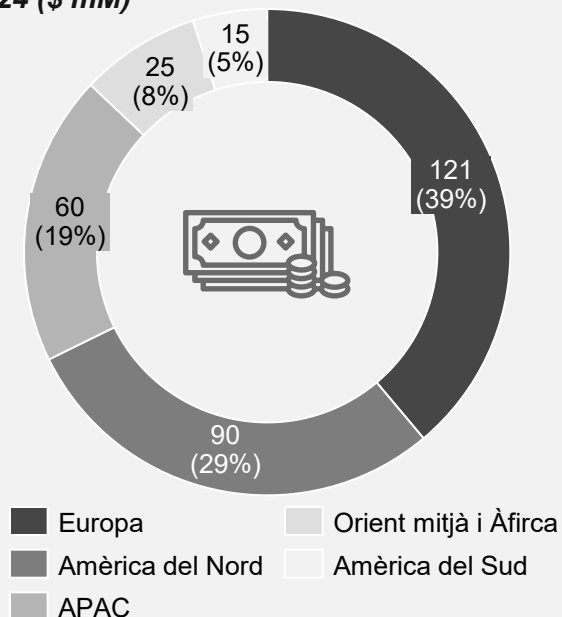
Empreses destacades (2024)



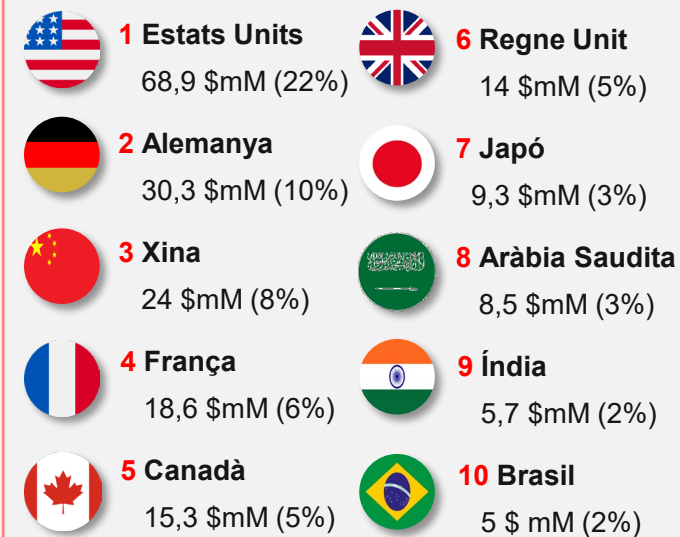
Facturació dels béns de luxe 2019-2028 (\$ mM)



Facturació dels béns de luxe per regions 2024 (\$ mM)



Països principals per valor de la producció (2024)



Font: Elaboració pròpia, a partir d'informació de Technavio (2024)

Dinàmica competitiva de mercat en el sector de la moda i la pell

14

- S'han identificat dues dinàmiques competitives que impacten el mercat: una afecta la **demanda (trade down)** i l'altra incideix en l'oferta (**bullwhip effect**).



Trade down (demanda)

El **trade down** és un canvi en el comportament del consumidor: en contextos d'inflació, d'incertesa o de pèrdua de poder adquisitiu, els clients es desplacen cap a **opcions més assequibles**, gammes baixes dins la mateixa marca, promocions o *dupes*

Impacte en el sector moda i pell:

- **Consum més racional i sensible al preu:** els clients comparen més, esperen promocions i prioritzen la relació qualitat-preu
- **Desplaçament cap a segments més assequibles:** creixement del *fast fashion*, segona mà, *outlets* i plataformes *recommerce*
- **Pressió sobre marques locals de gamma mitjana i alta:** han de justificar millor el valor del producte o ajustar preus
- **Reducció del tiquet mitjà:** impacta especialment els fabricants i les marques de pell, ja que són categories generalment de més preu i menys elasticitat

41% dels consumidors recorre a la segona mà per trobar preus més baixos



Bullwhip effect (oferta)

El **bullwhip effect** descriu com **petites variacions en la demanda** del consumidor final es transformen en **grans oscil·lacions en les comandes al llarg de tota la cadena de subministrament**

Impacte en el sector moda i pell:

- **Incertesa en vendes i estacionalitat elevada:** petites diferències de demanda generen sobrecomandes o infracomandes als tallers
- **Amplificació per la dependència de proveïdors globals:** sobretot en components de pell i teixits especialitzats, que tenen terminis llargs
- **Sobrestoc o manca d'estoc:** increments inesperats de demanda generen tensions productives, i reduccions imprevistes acaben en sobrestocs difícils de liquidar

30-40% de caiguda de la utilització de capacitat de fàbriques tèxtils

Font: Elaboració pròpia, a partir de McKinsey (2025) i Modaes (2025)

Els sectors de la moda i la pell sumen gairebé 900 projectes d'IED

El **volum d'inversió estrangera directa en els sectors de la moda i la pell** ha assolit els 22.978,4 M€ en el quinquenni 2021-2025, amb un total de 899 projectes que han donat feina a 409.812 persones. **Espanya, amb 42 projectes rebuts, es classifica com la 5a destinació mundial d'aquesta IED.**

La IED en els sectors de la moda i la pell al món, 2021-2025

899 projectes ▼11,6% 2016-2020)	22.978,4 M€ en inversió ▼20,3% 2016-2020)	409.812 llocs de feina creats ▼6,7% 2016-2020)
--	--	---

Països d'origen per projectes

-  **1** EUA | 109 projectes
-  **2** Regne Unit | 78 projectes
-  **3** Xina | 76 projectes
-  **4** França | 67 projectes
-  **5** Alemanya | 53 projectes

Països de destinació per projectes

-  **1** EUA | 88 projectes
-  **2** Alemanya | 86 projectes
-  **3** Egipte | 51 projectes
-  **4** Vietnam | 47 projectes
-  **5** Espanya | 42 projectes

Les 25 principals empreses inversores per projectes, 2021-2025



Notes: s'han considerat els sectors "Apparel accessories & other apparel", "Apparel knitting", "Clothing & clothing accessories", "Cut & sew apparel", "Footwear", "Leather & hide tanning and finishing", "Other (Textiles)", "Other leather & allied products", "Textiles & Textile Mills" i "Jewellery and silverware".
Font: ACCIÓ, a partir d'fDi Markets, 2026

El sector de la moda i la pell a Catalunya

3. El sector de la moda i la pell a Catalunya

El sector de de la moda i la pell: univers estadístic

17



19.315

empreses

2023

21.959 M€

facturació

2023

100.322

llocs de treball

2023

Nota: S'han considerat els CNAE 13,14,15, 321-324, 4616, 4622-4624, 4641, 4642, 4647-4649, 4771, 4772

Font: ACCIÓ, a partir de d'IDESCAT (2026)

Quantificació i caracterització del sector de la moda i pell segons estadística

	Nombre d'empreses	% sobre el total d'empreses	Facturació (M€)	% sobre el total de la facturació	% sobre el total de llocs de treball	Llocs de treball
Total sector de la moda i pell	19.315	100%	21.959 M€	100%	100%	100.322
Indústria tèxtil	5.134	26,6%	5.544	25,2%	31.485	31,4%
Majoristes i intermediaris	5.674	29,4%	11.794	53,7%	31.699	31,6%
Minoristes	8.507	44,0%	4.621	21,0%	37.138	37,0%

Nota: S'han considerat els CNAE 13,14,15, 321-324, 4616, 4622-4624, 4641, 4642, 4647-4649, 4771, 4772

Font: ACCIÓ, a partir de d'IDESCAT (2026)

Objectiu i abast de l'informe: abast sectorial i conceptual (I)

19

Cadena de valor

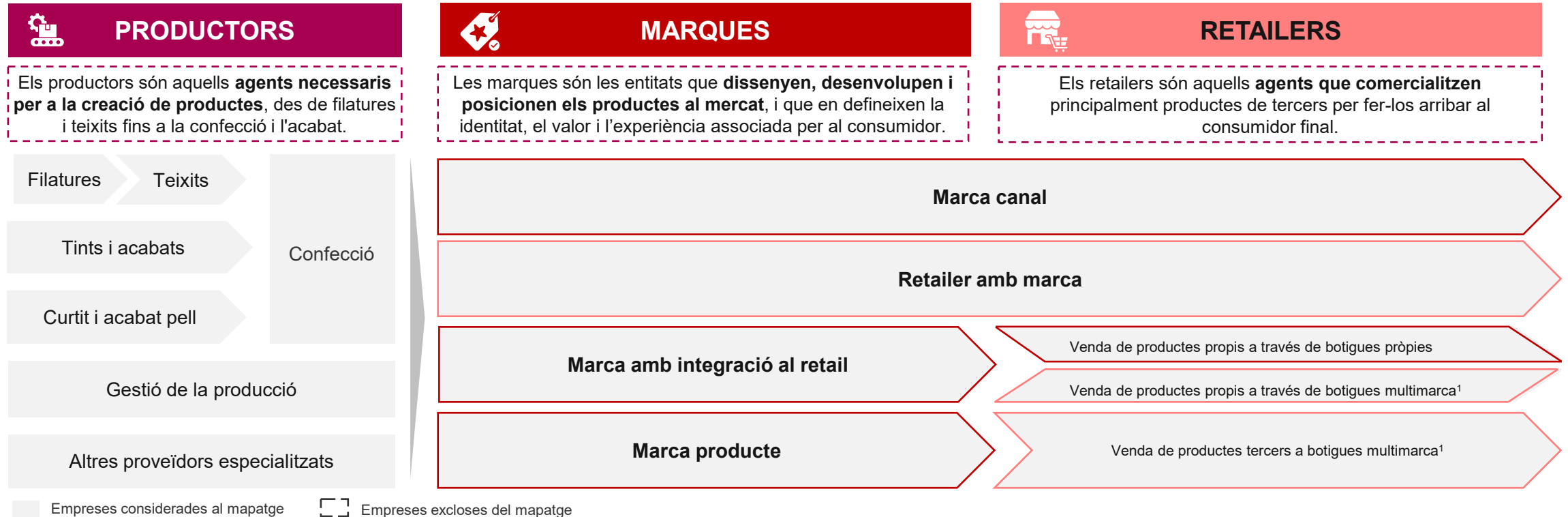
- Aquest informe analitza la cadena de valor del sector de la moda i la pell, que engloba els **fabricants de teixits, tints i acabats, l'adob de la pell i la confecció**, així com els **gestors de la producció, les marques i els retailers**



Nota (1): La comercialització a botigues multimarca es duu a terme a través de retailers/retailers internacionals

Objectiu i abast de l'informe: abast sectorial i conceptual (II)

20



Ecosistema de suport

Administracions públiques

Empreses d'entorn
(audiovisuals, consultores especialitzades, logística)

Centres formatius i tècnics
(escoles de disseny, centres de recerca, universitats)

Clústers sectorials

Nota (1): La comercialització a botigues multimarca es duu a terme a través de retailers/retailers internacionals. **Font:** Elaboració pròpia

Objectiu i abast de l'informe: abast sectorial i conceptual (III)

21

Les tres baules de la cadena de valor s'han analitzat a partir de diversos **CNAE identificats i extrets de la base de dades SABI**:

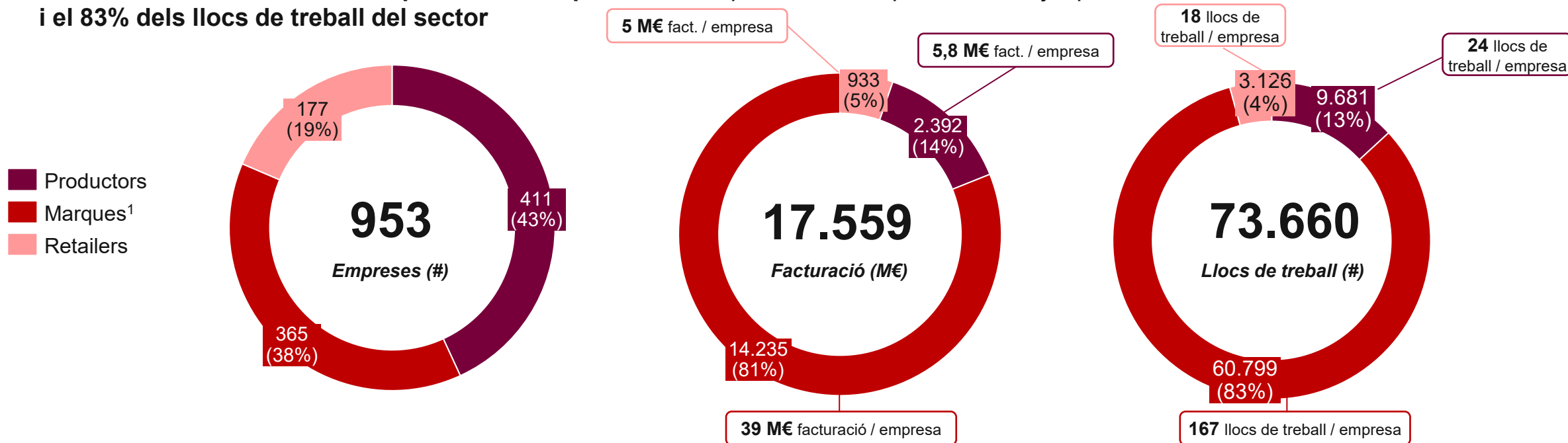
CNAE del SABI (Sistema de Análisis de Balances Ibéricos)		
 PRODUCTORS	 MARQUES	 RETAILERS
[1320] – Fabricació de teixits tèxtils [1310] – Preparació i filatura de fibres tèxtils [1391] – Fabricació de teixits de punt [2060] – Fabricació de fibres artificials i sintètiques [2894] – Fabricació de maquinària per a les indústries tèxtils, de la confecció i del cuir [1413] – Confecció d'altres peces de vestir exteriors [1414] – Confecció de roba interior [1419] – Confecció d'altres peces de vestir i accessoris [2652] – Fabricació de rellotges [3212] – Fabricació d'articles de joieria i articles similars [3213] – Fabricació d'articles de bijuteria i articles similars [1431] – Confecció de mitjons [1439] – Confecció d'altres peces de vestir de punt		minorista [4751] – Comerç minorista de tèxtils en establiments especialitzats [4771] – Comerç minorista de peces de vestir en establiments especialitzats [4772] – Comerç minorista de calçat i d'articles de cuir en establiments especialitzats [4777] – Comerç minorista d'articles de rellotgeria i joieria en establiments especialitzats [4782] – Comerç minorista de productes tèxtils, peces de vestir i calçat en llocs de venda i mercats
[1511] – Preparació, adob i acabament del cuir; preparació i tenyida de pells [1411] – Confecció de peces de vestir de cuir [1420] – Fabricació d'articles de pelleteria [1512] – Fabricació d'articles de marroquineria, de viatge i de guarnició [1520] – Fabricació de calçat [4616] – Intermediaris del comerç de tèxtils, peces de vestir, pelleteria, calçat i articles de cuir [4624] – Comerç majorista de cuirs i pells	pell	majorista [4641] – Comerç majorista de tèxtils [4642] – Comerç majorista de peces de vestir i calçat [4648] – Comerç majorista d'articles de rellotgeria i joieria [4664] – Comerç majorista de maquinària per a la indústria tèxtil i de cosir i tricotar

Nota: Addicionalment, s'han afegit a l'anàlisi altres empreses del sector de la moda i pell amb CNAE que no són necessàriament els llistats

Magnituds principals a Catalunya: per baula de la cadena de valor

22

- Actualment, el sector de la moda i la pell a Catalunya està format per **953 empreses**, que generen en conjunt prop de **73.600 llocs de treball** i una **facturació superior als 17.500 M€**
- Pel que fa a la composició empresarial, el sector es distribueix en un **43% d'empreses productores**, un **38% de marques** i un **19% de retailers**
- En termes de facturació i d'ocupació, les **marques** tenen un pes clarament predominant, ja que concentren el **81% de la facturació** i el **83% dels llocs de treball del sector**



¹Els retailers internacionals han estat considerats com a marca per facilitar la comparativa amb l'estudi previ

Nota: Últim any disponible, majoritàriament 2023 i 2024; s'han considerat les empreses actives amb dades disponibles per als últims 5 anys (2024-2020), amb una facturació superior a 500.000 €

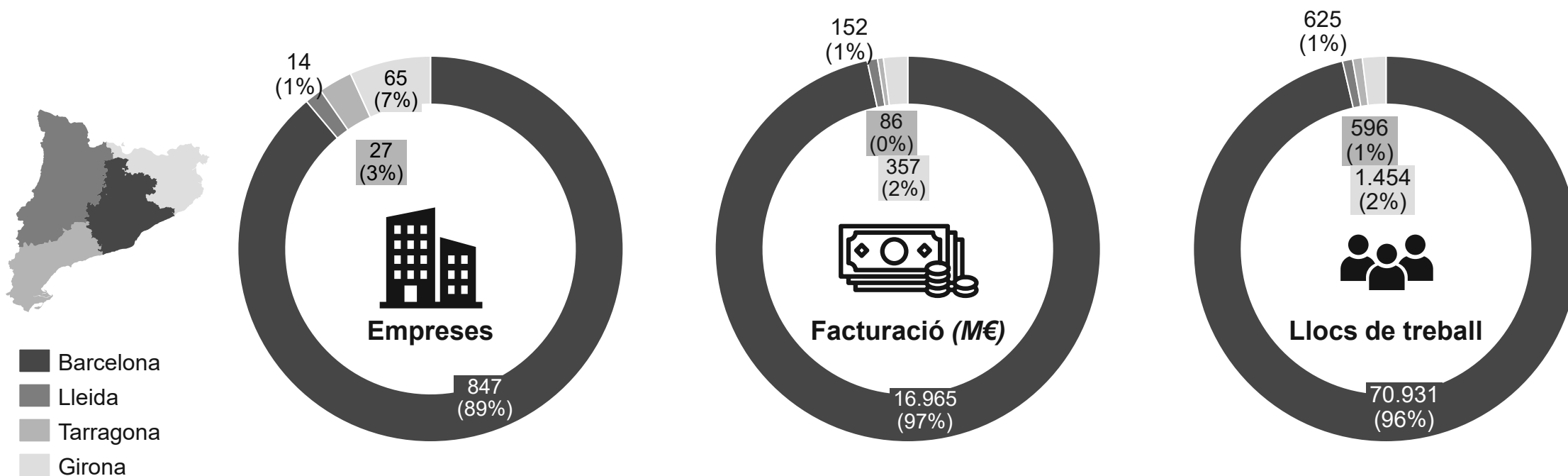
Font: Elaboració pròpia, a partir de la base de dades SABI

Fem avui l'**empresa** del demà

Magnituds principals a Catalunya: per província

23

- Hi ha una clara **concentració del sector a la província de Barcelona**, que acumula prop del **90% de les empreses i més del 95% de la facturació i dels llocs de treball**.
- La **resta de províncies** (Girona, Tarragona i Lleida) tenen un **pes molt menor**, especialment en termes econòmics, fet que evidencia una forta centralització territorial de l'activitat.

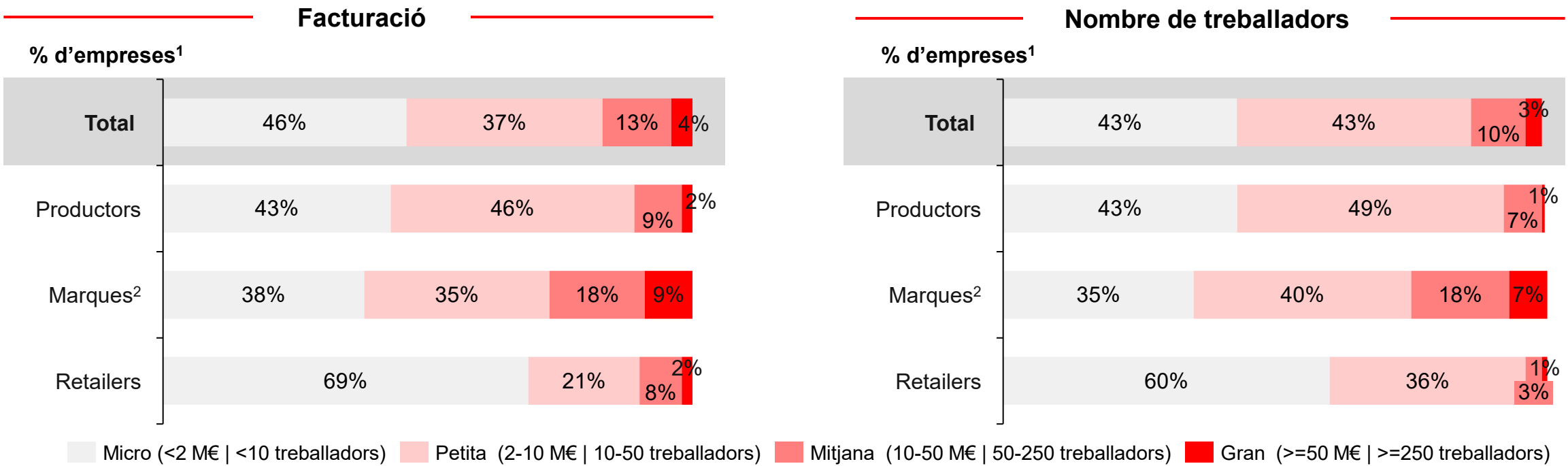


Nota: Últim any disponible, majoritàriament 2023 i 2024; s'han considerat les empreses actives amb dades disponibles per als últims 5 anys (2024-2020), amb una facturació superior a 500.000 €

Font: Elaboració pròpia, a partir de la base de dades SABI

Magnituds principals a Catalunya: per dimensió

- El teixit empresarial del sector es caracteritza per una **presència elevada de micro i petites empreses**, que representen el **83% del total** en el cas de la **facturació** i el **86% en el cas dels treballadors**.
- Les **baules** amb una **presència més significativa de grans empreses** són les **marques**, tant en dimensió per facturació com en dimensió per nombre de treballadors.



¹Últim any disponible, majoritàriament 2024 i 2023; s'han considerat les empreses actives amb dades disponibles per als últims 5 anys (2024-2020), amb una facturació superior a 500.000 €

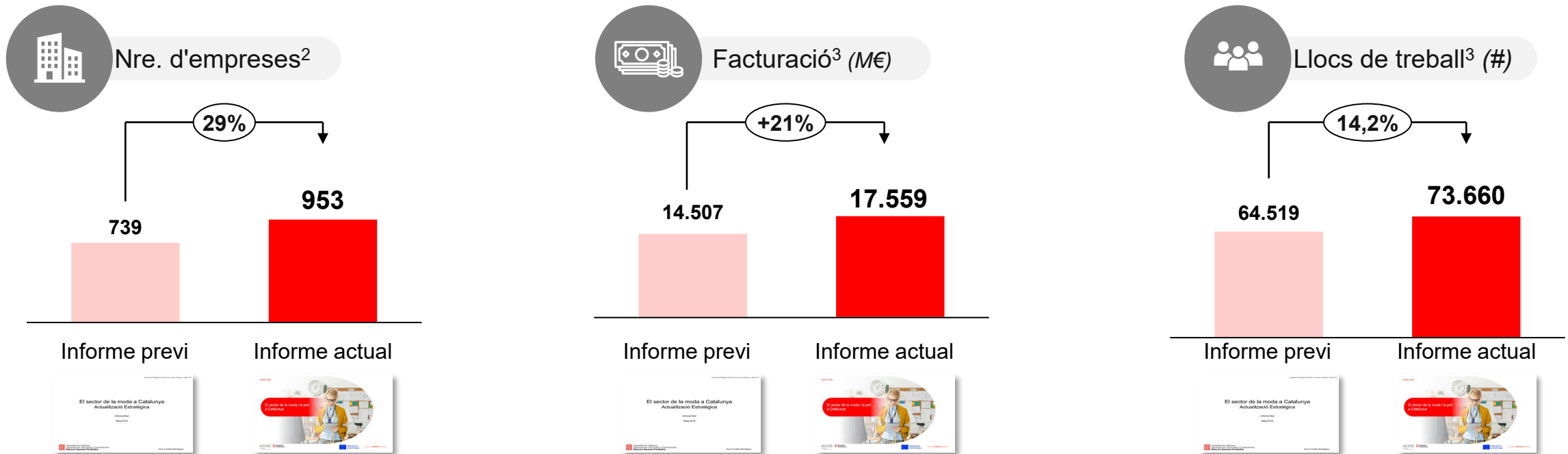
²Els retailers internacionals han estat considerats com a marca per facilitar la comparativa amb l'estudi previ

Font: Elaboració pròpia, a partir de dades del SABI

Magnituds principals a Catalunya: evolució 2017-2024

25

- El sector de la moda i la pell ha experimentant un **creixement del 21% (3% TACC¹) des del 2017**.
- Paral·lelament, tant el **nombre d'empreses com l'ocupació han augmentat més d'un 14% respecte al 2017**, el que consolida la tendència d'expansió del sector



¹TACC: Taxa Anual de Creixement Compost del període 2017-2024; ²El creixement en el nombre d'empreses correspon al període 2017-2025; ³El creixement en la facturació i en els llocs de treball s'ha calculat per al període 2017-2024, d'acord amb la disponibilitat de dades

Nota: S'han considerat les empreses actives amb dades disponibles per als últims 5 anys (2024-2020), amb una facturació superior a 500.000 €

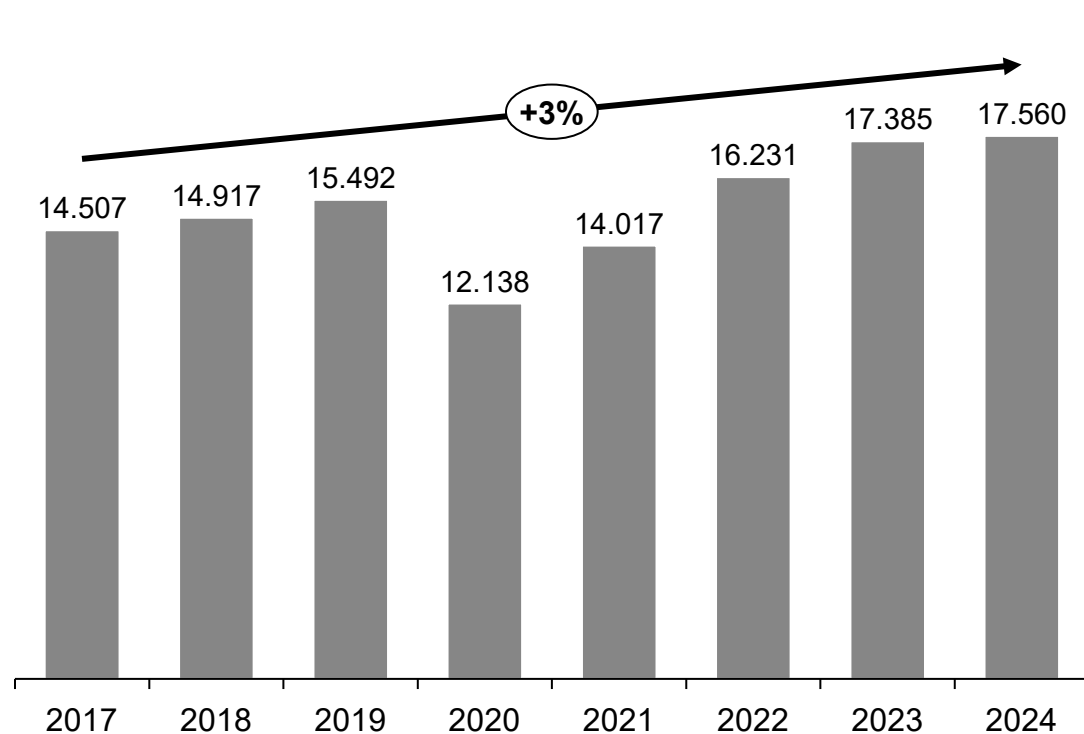
Font: Elaboració pròpia, a partir de la base de dades SABI (majoritàriament exercicis 2023 i 2024, els més recents disponibles). Les dades de l'informe previ corresponen al 2017

Magnituds principals a Catalunya: evolució anual de la facturació i els llocs de treball

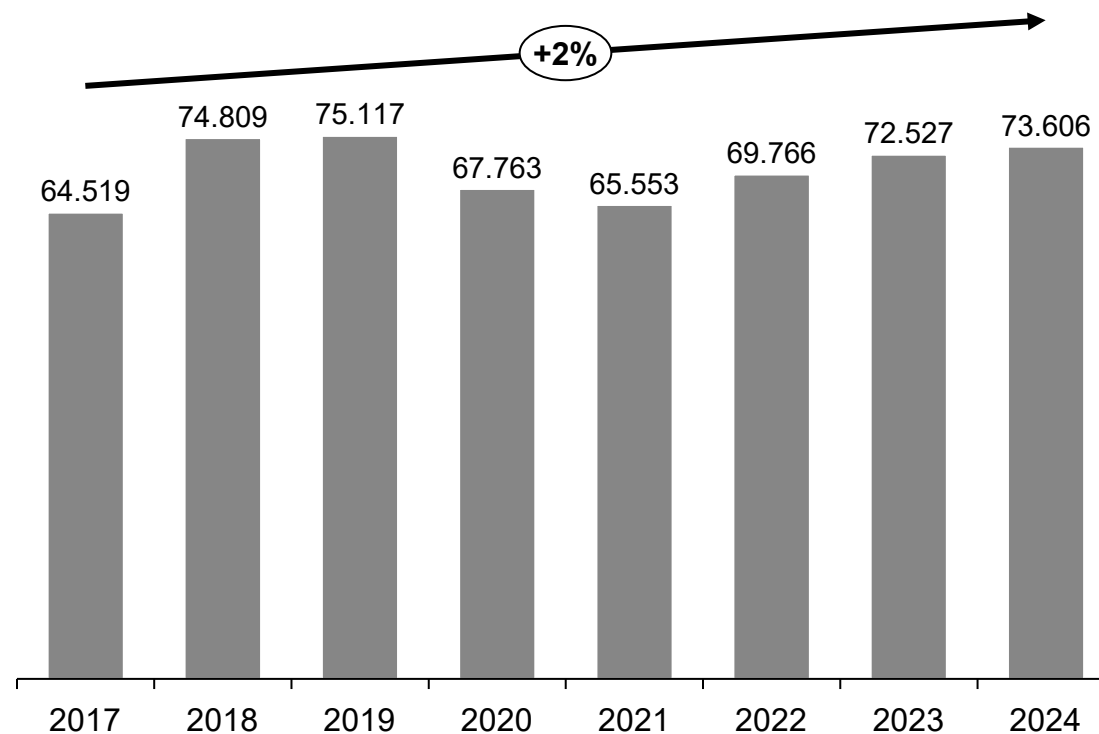
26

- Des de **2017**, la **facturació i els llocs de treball** del sector de la moda i la pell a Catalunya han **crescut** a una **taxa anual composta** del **3%** i del **2%**, respectivament (2017-2024).

Facturació del sector a Catalunya 2017-2024 (M€)



Llocs de treball del sector a Catalunya 2017-2024



Nota (1): 2018-2024; en cas de que no hi hagi dades en l'any en qüestió, s'agafa la xifra de l'últim any disponible. La dada de 2017 prové de l'informe previ

Nota (2): S'han considerat les empreses actives amb dades disponibles per als últims 5 anys (2024-2020), amb una facturació superior a 500.000 €

Font: Elaboració pròpia, a partir de la base de dades SABI

Magnituds principals a Catalunya: ecosistema del sector

27



----- Moda
 _____ Pell

Nota (1): Les empreses seleccionades corresponen a aquelles amb un volum d'ingressos més elevat l'any 2023

Nota (2): S'han considerat les empreses actives amb dades disponibles per als últims 5 anys (2024-2020), amb una facturació superior a 500.000 €

Font: Elaboració pròpia

Fem avui l'**empresa** del demà

Magnituds principals a Catalunya: TOP 10 empreses per facturació

Empreses principals per facturació [M€, 2024¹]

 PRODUCTORS	 MARQUES	 RETAILERS
01 PERSENTILI 167 M€	01 MANGO 3.339 M€	01 ³ 518 M€
02 team & timing 69 M€	02 Bershka² 1.590 M€	02 CALZEDONIA³ 356 M€
03 seda tex 69 M€	03 stradivarius² 1.531 M€	03 privalia³ 265 M€
04 ALETEX 61 M€	04 Massimo Dutti² 1.123 M€	04 ³ 259 M€
05 Mila 57 M€	05 OYSHO² 457 M€	05 ³ 254 M€
06 HALLOTEX 54 M€	06 Desigual. 388 M€	06 Fina  Garcia 176 M€
07 happypunt 53 M€	07 TOUS 336 M€	07 GUCCI³ 128 M€
08 L'or 42 M€	08 BARÇA Store 110 M€	08 merkal³ 121 M€
09 GC GRUPO CADARSO 40 M€	09 PUNT ROMA 83 M€	09 RABAT 118 M€
10 PIEL Y CUEROS 37 M€	10 BROWNIE 68 M€	10 ³ 107 M€

¹Empreses amb més facturació l'últim any disponible, majoritàriament 2024 i 2023 ²Segons Inditex Group Annual Report 2024, aquestes empreses estan 100% localitzades a Barcelona ³Retailers internacionals a Catalunya, que són marques als països respectius

Nota: S'han considerat les empreses actives amb dades disponibles per als últims 5 anys (2024-2020), amb una facturació superior a 500.000 €

Font: Elaboració pròpia, a partir de dades del SABI



Producers



411
Empreses (2024)



142 M€
EBITDA (2024)

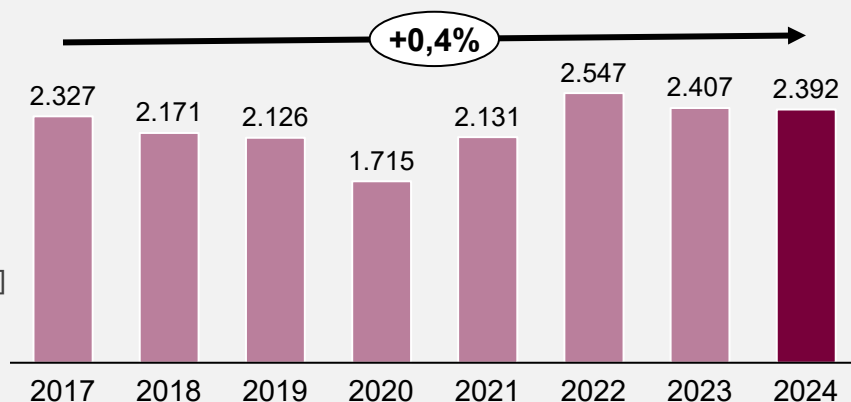


2.392 M€
Facturació (2024)



9.681
Llocs de treball
(2024)

Facturació
[M€, 2017-2024]



Facturació

01

PERSENTILI
INTERNACIONAL

167 M€

02

team & timing

69 M€

03

seda
tex

69 M€

04

ALETEx

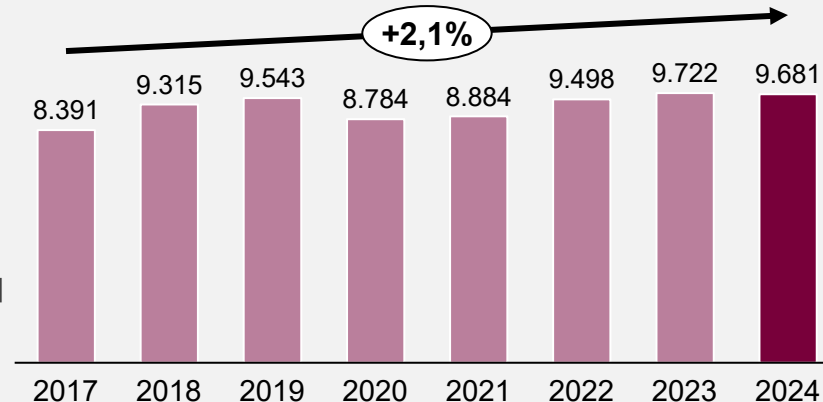
61 M€

05



57 M€

Llocs de treball
[2017-2024]



Llocs de treball

01

HALLOTEX

1.548

02

Unitex Spain

293

03

TE SO AdobeInve

200

04

condor

194

05

Riba Guixà

155

Nota (1): 2018-2024; en cas de que no hi hagi dades en l'any en qüestió, s'agafa la xifra de l'últim any disponible. La dada de 2017 prové de l'informe previ

Nota (2): S'han considerat les empreses actives amb dades disponibles per als últims 5 anys (2024-2020), amb una facturació superior a 500.000 €

Font: Elaboració pròpia, a partir de la base de dades SABI



Marques¹



365
Empreses (2024)



1.569 M€
EBITDA (2024)

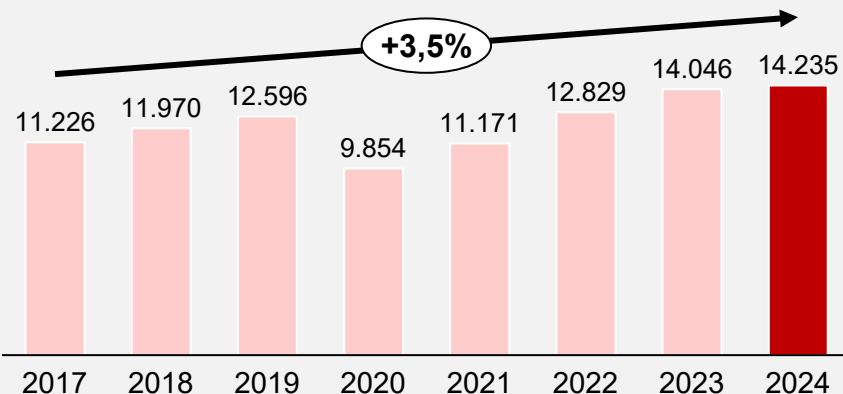


14.235 M€
Facturació (2024)



60.799
Llocs de treball (2024)

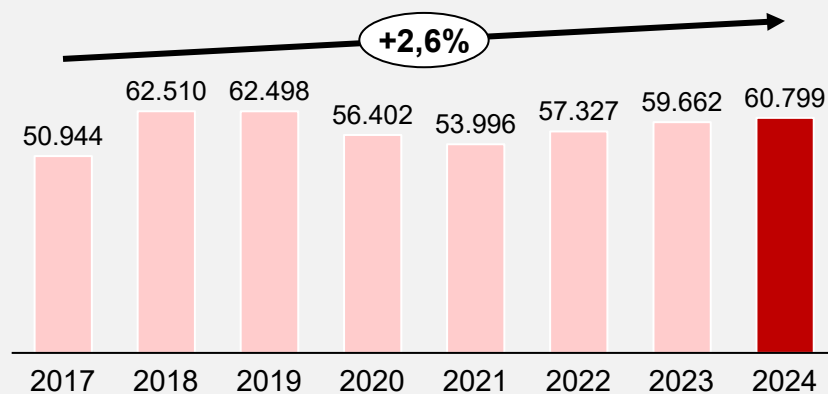
Facturació
[M€, 2017-2024]



Facturació

01	02	03	04	05
MANGO	Bershka	Stradivarius	Massimo Dutti	OYSHO
3.339 M€	1.590 M€	1.531 M€	1.123 M€	457 M€

Llocs de treball
[2017-2024]



Llocs de treball

01	02	03	04	05
MANGO	Stradivarius	Bershka	Massimo Dutti	Desigual.
15.416	4.208	3.064	2.794	2.613

¹Els retailers internacionals han estat considerats com a marca per facilitar la comparativa amb l'estudi previ

Nota (1): 2018-2024; en cas de que no hi hagi dades en l'any en qüestió, s'agafa la xifra de l'últim any disponible. La dada de 2017 prové de l'informe previ

Nota (2): S'han considerat les empreses actives amb dades disponibles per als últims 5 anys (2024-2020), amb una facturació superior a 500.000 €

Font: Elaboració pròpia, a partir de la base de dades SABI





Retailers



177
Empreses (2024)



40 M€
EBITDA (2024)

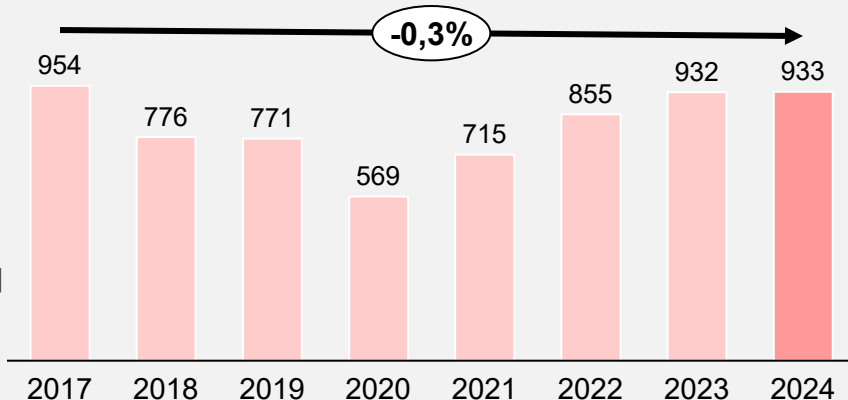


933 M€
Facturació (2024)

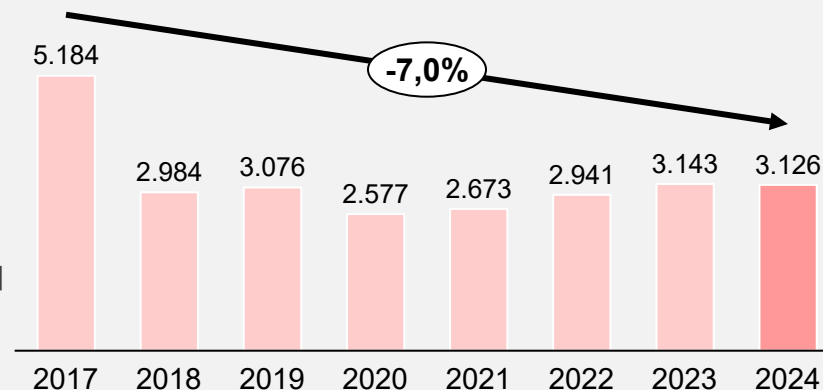


3.126
Llocs de treball
(2024)

Facturació
[M€, 2017-2024]



Llocs de treball
[2017-2024]



Facturació

01



518 M€

02

CALZEDONIA

356 M€

03



265 M€

04



259 M€

05



254 M€

Llocs de treball

01



3.179

02

CALZEDONIA

2.495

03



1.716

04



1.494

05



968

Nota (1): 2018-2024; en cas de que no hi hagi dades en l'any en qüestió, s'agafa la xifra de l'últim any disponible. La dada de 2017 prové de l'informe previ

Nota (2): S'han considerat les empreses actives amb dades disponibles per als últims 5 anys (2024-2020), amb una facturació superior a 500.000 €

Font: Elaboració pròpia, a partir de la base de dades SABI

Fem avui l'empresa del demà

Magnituds principals a Catalunya: resum

- Les **marques** concentren el gruix del sector, amb el **83% dels llocs de treball** i el **81% de la facturació**, tot i representar només el **38% de les empreses**.
- Des de 2017, el **sector creix un 21% en facturació**, amb un augment especialment significatiu en les marques (27%), enfront d'un creixement molt moderat dels productors (3%) i una lleugera caiguda dels retailers (-2%).

	Nombre d'empreses	% Nombre d'empreses	Llocs de treball (# treballadors)	% Llocs de treball	Facturació (M€)	% Facturació	Creixement (2017-últim any)
Productors	411	43%	9.681	13%	2.392	14%	3%
Marques ¹	365	38%	60.799	83%	14.235	81%	27%
Retailers	177	19%	3.126	4%	933	5%	-2%
TOTAL SECTOR	953	100%	73.606	100%	17.560	100%	21%

¹Els retailers internacionals han estat considerats com a marca per facilitar la comparativa amb l'estudi previ

Nota: Últim any disponible, majoritàriament 2023 i 2024; s'han considerat les empreses actives amb dades disponibles per als últims 5 anys (2024-2020), amb una facturació superior a 500.000 €

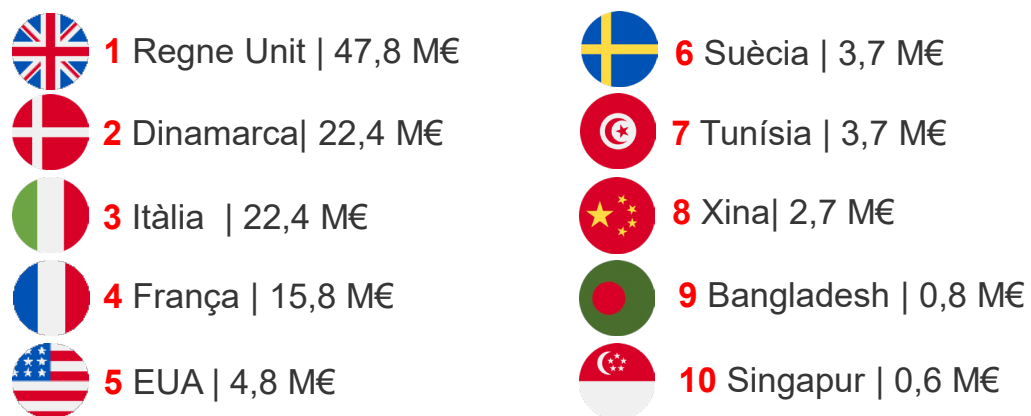
Font: Elaboració pròpia, a partir de la base de dades SABI

En el últim quinquenni, la IED en el sector de la moda i la pell a Catalunya ha atret 19 projectes i generat 955 llocs de treball

La IED en el sector de moda i pell a Catalunya, 2021-2025



Principals països inversors per capital invertit, 2021-2025



Perfil de la IED per al quinquenni 2021-2025

Top 5 d'activitats en què s'ha invertit (per projectes)



Top 5 subsectors en què s'ha invertit (per projectes)



Notes: S'han considerat els sectors "Apparel accessories & other apparel", "Apparel knitting", "Clothing & clothing accessories", "Cut & sew apparel", "Footwear", "Leather & hide tanning and finishing", "Other (Textiles)", "Other leather & allied products", "Textiles & Textile Mills" i "Jewellery and silverware"

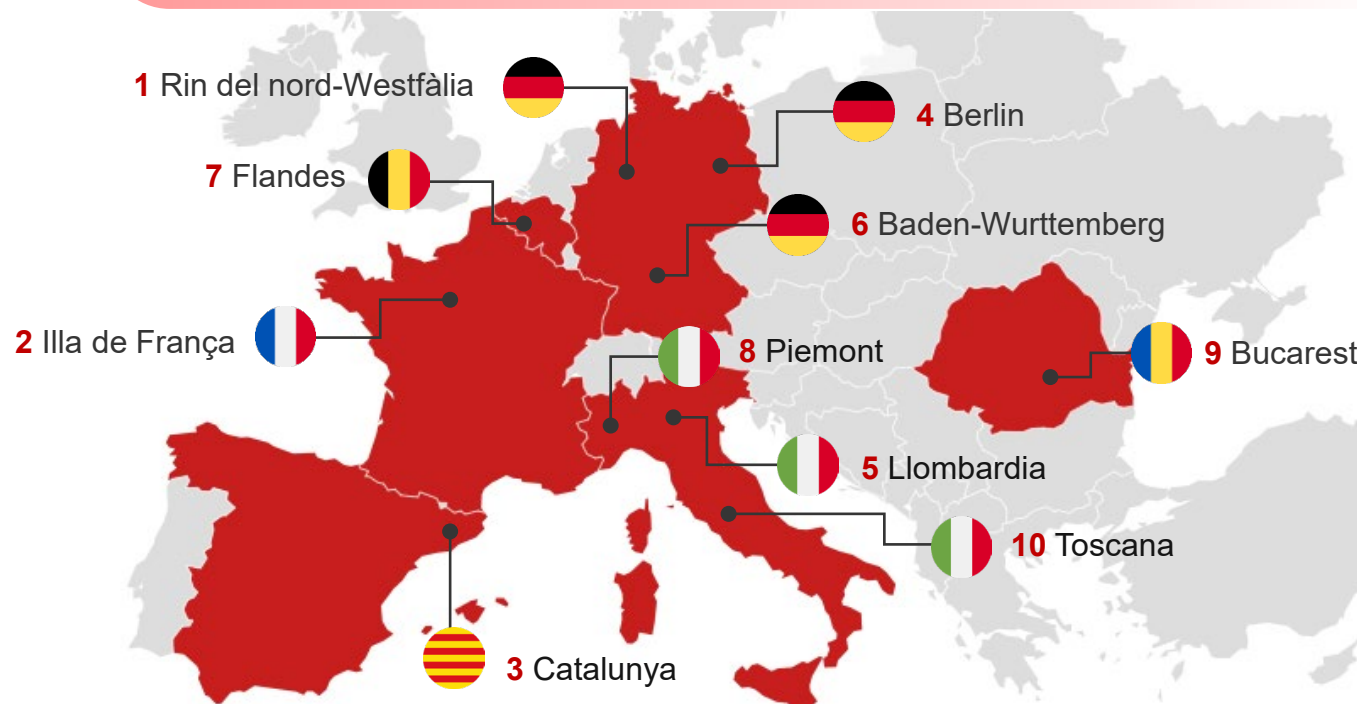
Font: ACCIÓ, a partir d'fDi Markets, 2026

Catalunya és la 5a regió a escala mundial en nombre de projectes d'IED relacionats amb la moda i la pell durant el quinquenni 2021-2025

34

Catalunya ocupa, per nombre de projectes, una posició molt destacada a nivell internacional en matèria d'IED destinada al sector de la moda i la pell

IED de la moda i la pell a la UE per nombre de projectes, 2021-2025



 **5a** regió del món en nombre de projectes

 **3a** regió de la Unió Europea en nombre de projectes

 **1a** regió del sud d'Europa en nombre de projectes

Notes: S'han considerat els sectors "Apparel accessories & other apparel", "Apparel knitting", "Clothing & clothing accessories", "Cut & sew apparel", "Footwear", "Leather & hide tanning and finishing", "Other (Textiles)", "Other leather & allied products", "Textiles & Textile Mills" i "Jewellery and silverware"

Font: ACCIÓ, a partir d'fDi Markets, 2026

Catalunya com a *hub* principal d'*startups* al sud d'Europa

35

Catalunya compta amb **més 2.400 *startups*** el 2025

Barcelona és el 5è millor ecosistema de la UE per crear-hi una *startup*

Global Startup Ecosystem Index, StartupBlink 2025

Barcelona és el millor ecosistema de *startups* del sud d'Europa

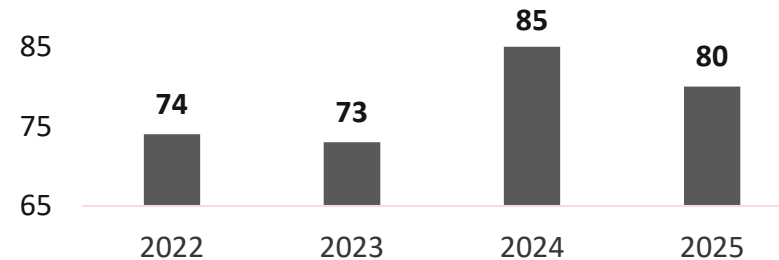
Startup Ecosystem Awards, StartupBlink 2025

Barcelona ocupa el 5è lloc de la UE en el rànkning de *scale-up cities*

Startup HeatMap Europe 2025

79 *startups* del sector de la moda i la pell el 2025

Evolució del nombre de *startups* del sector de la moda, 2022-2025



El nombre d'*startups* del sector de la moda ha crescut un 8% en els últims 4 anys.

***Startups* principals del sector de la moda i la pell**



Font: Elaboració pròpia, a partir de "Barcelona & Catalonia STARTUP HUB 2025" ACCIÓ

Balances comercials

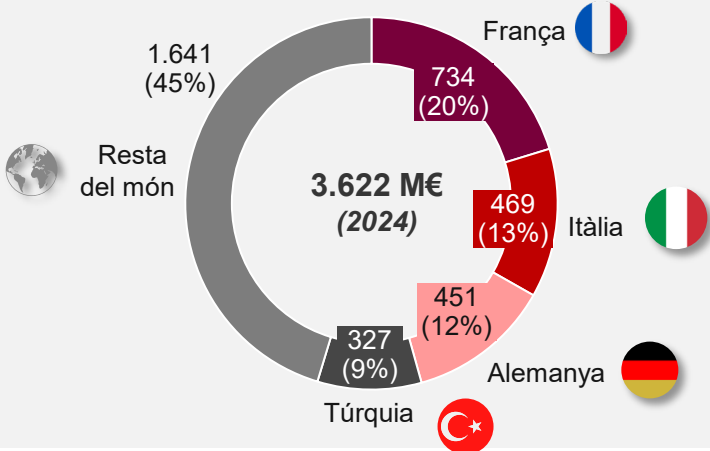
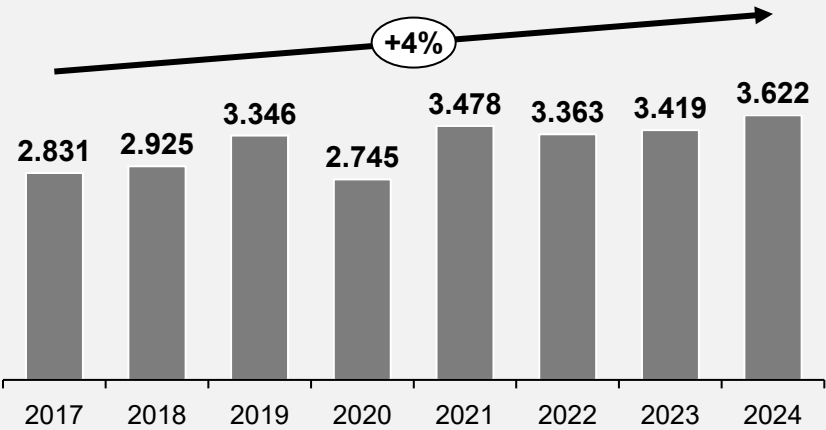


Exportacions catalanes
[M€, 2024]

Destí de les exportacions catalanes
[M€, 2024]

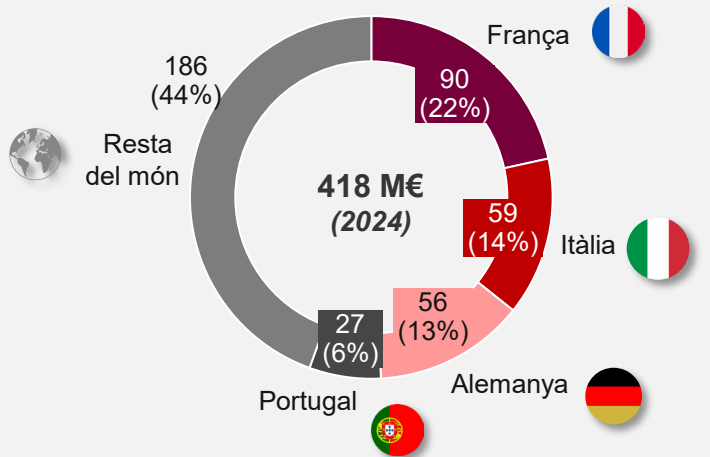
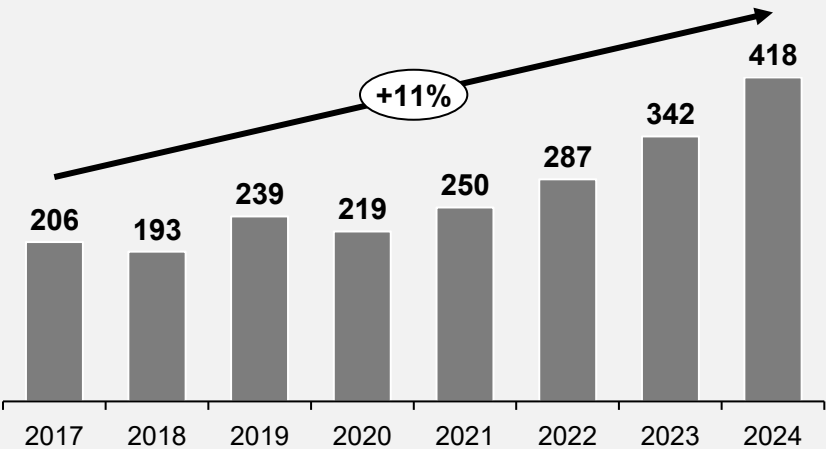
**Peces de vestir**

Sector ICEX 30207



**Calçat**

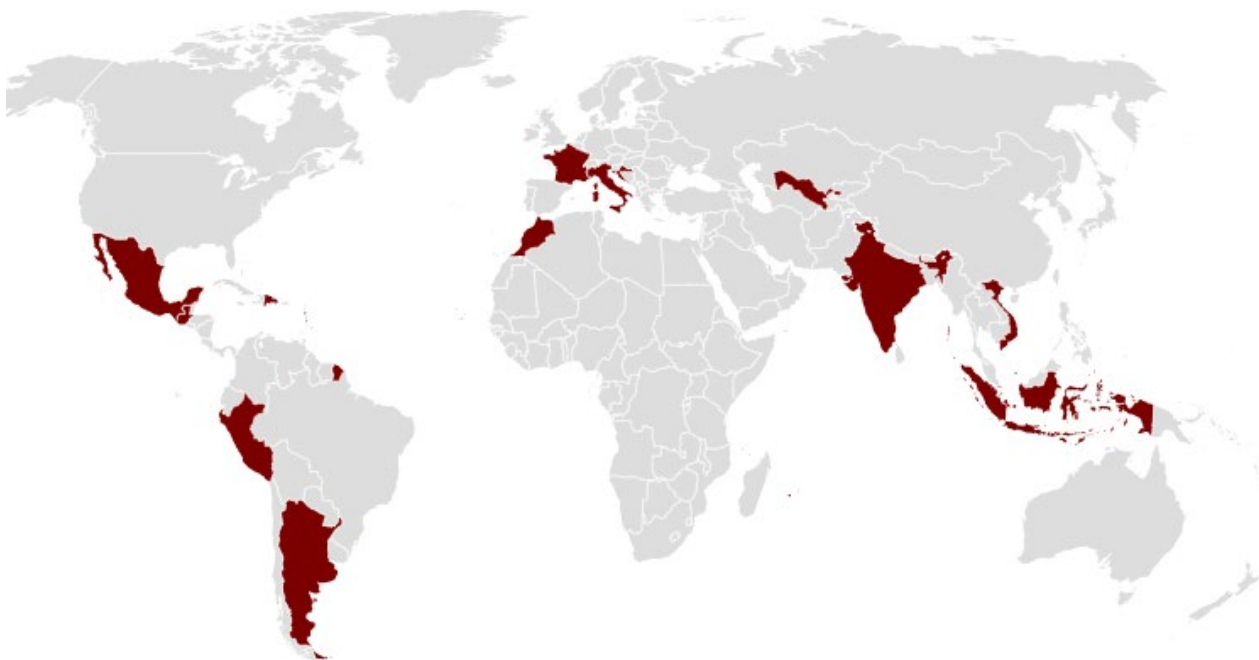
Sector ICEX 30204



Font: Elaboració pròpia, a partir d'informació de la base de dades ICEX ESTACOM

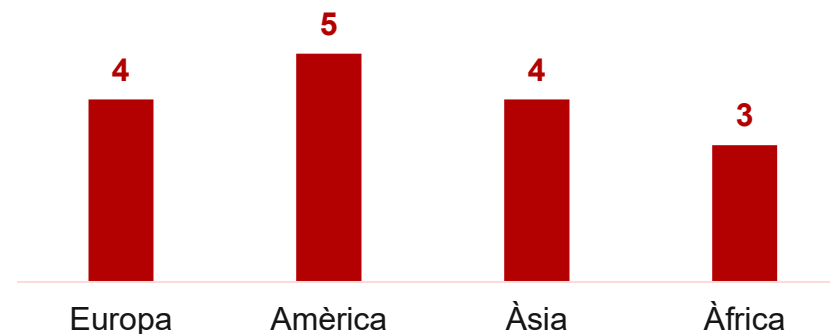
Oportunitats de negoci internacional per a l'empresa catalana del sector de la moda i de la pell

Món



- S'han identificat **13 països** amb oportunitats de negoci per a l'empresa catalana en el sector de la moda i de la pell.
- En total, s'han detectat **16 oportunitats de negoci** arreu del món.
- El país amb més oportunitats identificades és el Marroc, amb 3 oportunitats detectades.

Oportunitats de negoci internacional



[Accedeix al recomanador](#) d'oportunitats internacionals d'ACCIÓ

Font: ACCIÓ, a partir del mapa global d'oportunitats de negoci internacionals 2025

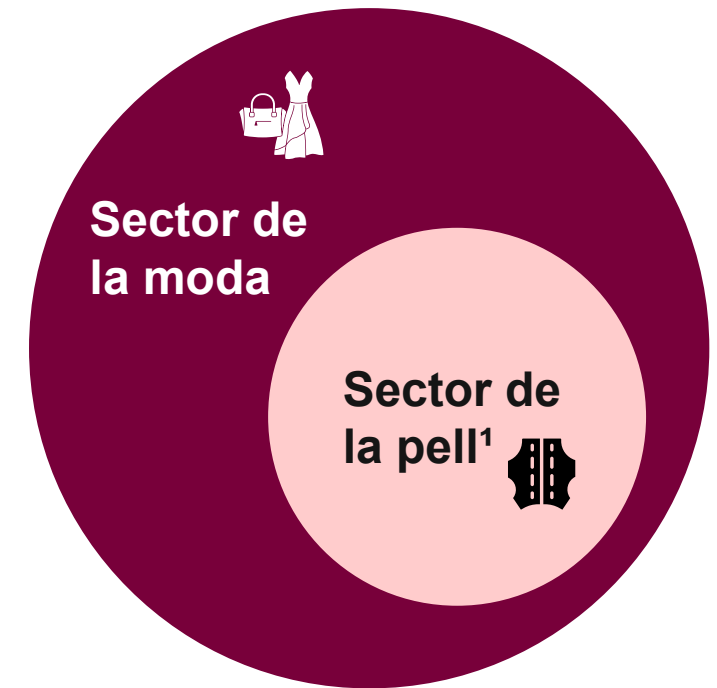
El sector de la moda i la pell a Catalunya

4. El sector de la pell a Catalunya

Magnituds principals: el sector de la pell com a part del sector de la moda

39

- El sector de la pell forma part integrant del sector de la moda perquè actua com a baula clau dins la seva cadena de valor, tant des del punt de vista **productiu com creatiu i comercial**.
- La pell és una **matèria primera estratègica** en la fabricació de productes de moda, especialment en **calçat, marroquineria, bosses, cinturons, complements i articles de luxe**, així com en determinades peces de confecció.
- A diferència d'altres materials, la pell aporta atributs diferencials —**durabilitat, qualitat, confort, prestigi i valor estètic**— que influeixen directament en el posicionament de marca, el disseny i el preu final del producte. Per aquest motiu, és especialment rellevant en segments mitjans i alts del mercat de la moda, on la **diferenciació i la percepció de qualitat són factors clau de competitivitat**.



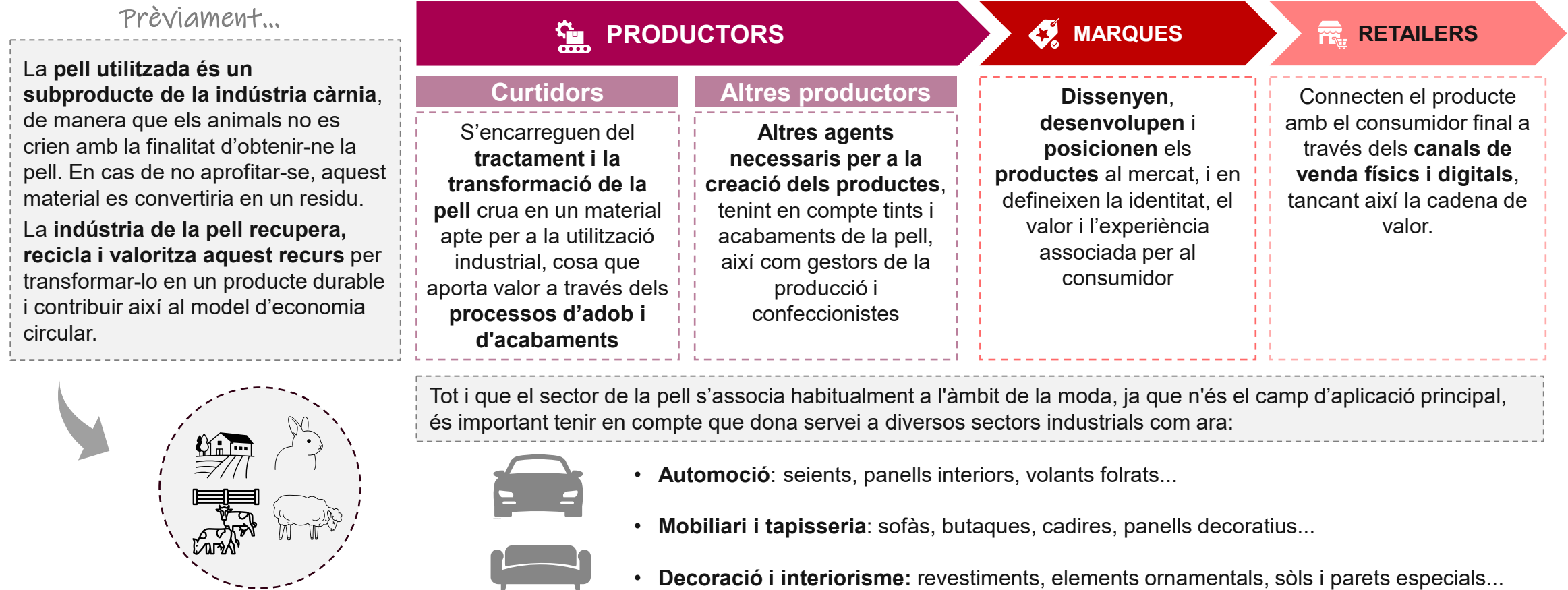
Nota (1): Pell aplicada al sector de la moda

Fem avui l'**empresa** del demà

Magnituds principals: procés productiu i cadena de valor del sector de la pell

40

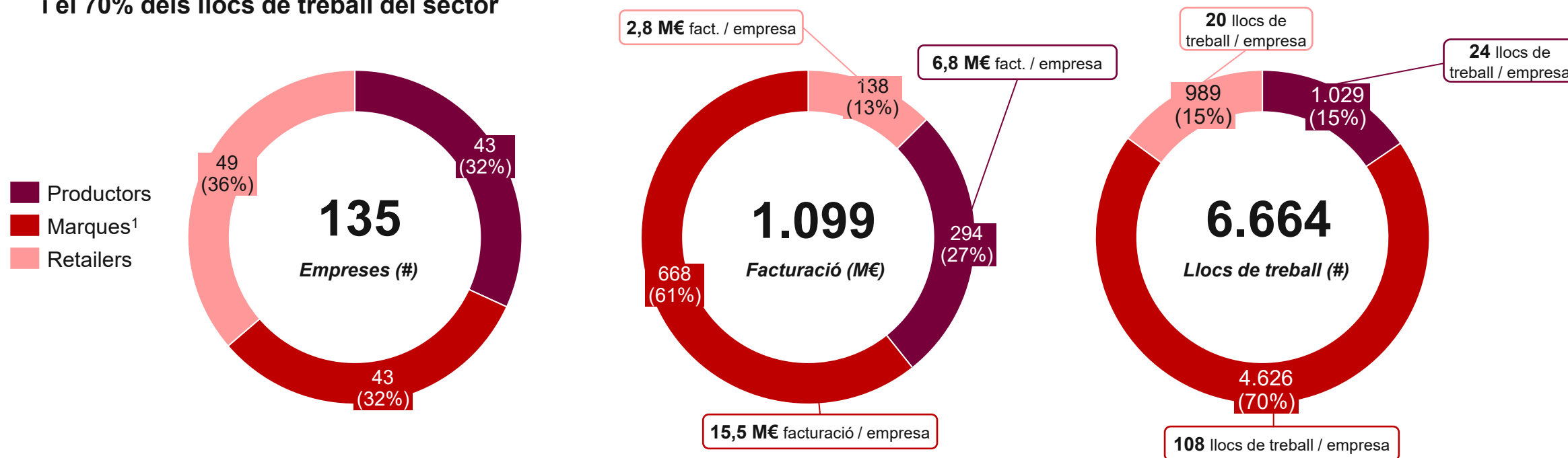
- La cadena de valor del sector de la moda s'estructura en diferents baules, que van des de l'**obtenció de matèries primeres** fins a la **comercialització del producte final**. Cada etapa aporta valor afegit i compleix una funció específica dins del conjunt del sector



Magnituds principals: per baula de la cadena de valor

41

- Actualment, el sector de la pell a Catalunya està format per **135 empreses**, que generen en conjunt prop de **6.600 llocs de treball** i una **facturació al voltant dels 1.100 M€**
- Pel que fa a la composició empresarial, el sector es distribueix en un **32% d'empreses productores**, un **32% de marques** i un **36% de retailers**
- En termes de facturació i d'ocupació, les **marques** tenen un pes clarament predominant, ja que concentren el **61% de la facturació** i el **70% dels llocs de treball del sector**



¹Els retailers internacionals han estat considerats com a marca per facilitar la comparativa amb l'estudi previ

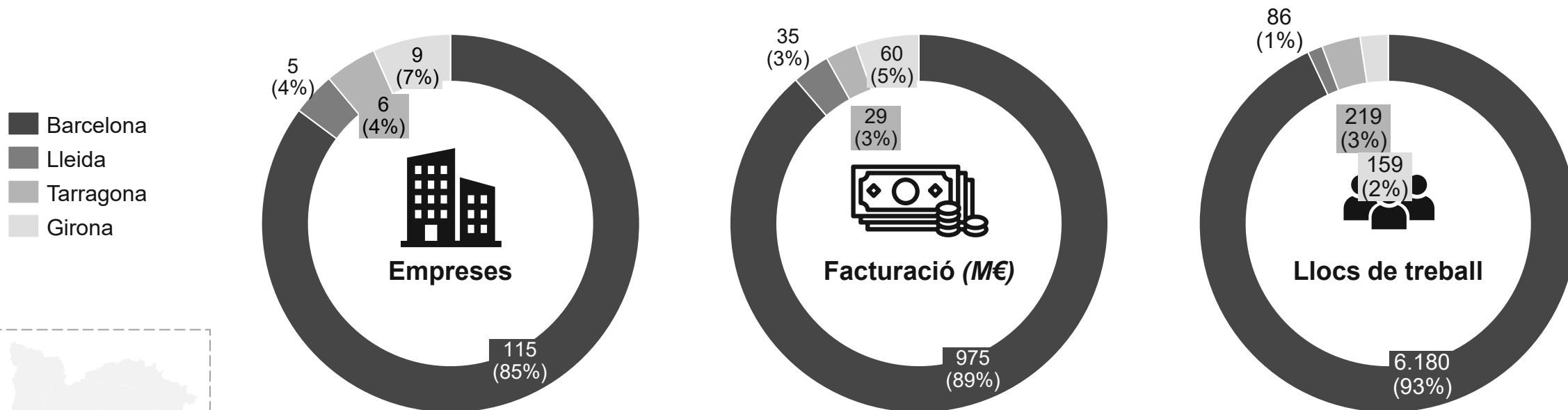
Nota: Últim any disponible, majoritàriament 2023 i 2024; s'han considerat les empreses actives amb dades disponibles per als últims 5 anys (2024-2020), amb una facturació superior a 500.000 €

Font: Elaboració pròpia, a partir de la base de dades SABI

Magnituds principals: per província

42

- En la mateixa línia que en el sector global de la moda, en el sector de la pell s'observa una clara **concentració a la província de Barcelona**, que acumula el **85% de les empreses**, el **89% de la facturació** i el **93% dels llocs de treball**.
- La **resta de províncies** (Girona, Tarragona i Lleida) tenen un **pes molt inferior**, especialment en termes laborals, fet que evidencia una forta centralització territorial de l'activitat.



- Barcelona concentra la major part d'empreses, de facturació i de llocs de treball del sector. Tanmateix, la pell ha tingut històricament una **rellevància destacada a Igualada**, que continua essent un pol de referència per a l'activitat curtidora

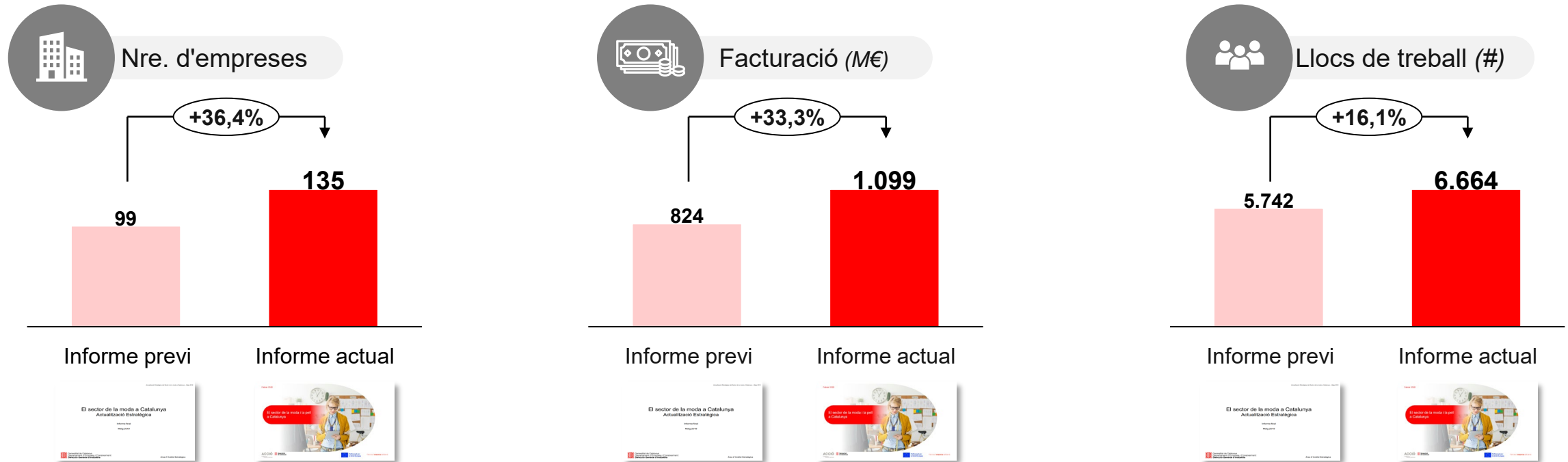
Nota: Últim any disponible, majoritàriament 2023 i 2024; s'han considerat les empreses actives amb dades disponibles per als últims 5 anys (2024-2020), amb una facturació superior a 500.000 €

Font: Elaboració pròpia, a partir de la base de dades SABI

Magnituds principals a Catalunya: evolució 2017-2024

43

- El sector de la pell ha registrat un **creixement del 33% en la facturació** des del 2017
- Paral·lelament, el **nombre d'empreses ha augmentat un 36%** i l'ocupació ho ha fet en més d'un **14%** respecte del mateix any, el que **consolida una tendència clara d'expansió del sector**



Nota (1): Evolució respecte de les empreses classificades com a calçat i marroquineria en l'estudi anterior de 2019

Nota (2): Xifres de l'últim any disponible, majoritàriament 2023 i 2024; s'han considerat les empreses actives amb dades disponibles per als últims 5 anys (2024-2020), amb una facturació superior a 500.000 €

Font: Elaboració pròpia, a partir de la base de dades SABI

Magnituds principals: TOP 10 empreses per facturació

Empreses principals per facturació [M€, 2024¹]

 PRODUCTORS	 MARQUES	 RETAILERS
01  PIELS Y CUEROS PALOMERAS Y GAMBÚS, S.A. 37 M€	01 ALOHAS 23 M€	01  ² 259 M€
02  Riba Guixà 28 M€	02 WOUF 5 M€	02 merkal ² 121 M€
03  Fontanellas & Martí 28 M€	03  B F Designed by Beatriz Furest 3 M€	03  DEICHMANN ² 82 M€
04  La Doma 23 M€	04 LONBALI 3 M€	04  CASAS ² 45 M€
05 Adobinve 22 M€	05  BIBA 3 M€	05 zacaris 29 M€
06  COLOMER LEATHER GROUP 19 M€	06 NAGUISA 2 M€	06  GEOX ² RESPIRA 22 M€
07 Miret 18 M€	07  TORRAS 2 M€	07 FURLA ² 7 M€
08 Grupo LEDEXPORT 17 M€	08  un pazo mas 2 M€	08 LARES 6 M€
09  Ualabi 8 M€	09  SITGETANA 1 M€	09 ECCO ² 4 M€
10  Eusebio Nomen, S.A. 8 M€		10 Bo3 4 M€

¹Empreses amb més volum de facturació l'últim any disponible, majoritàriament 2024 i 2023; s'han considerat les empreses actives amb dades disponibles per als últims 5 anys (2024-2020), amb una facturació superior a 500.000 €

²Retailers internacionals a Catalunya, que són marques als països respectius

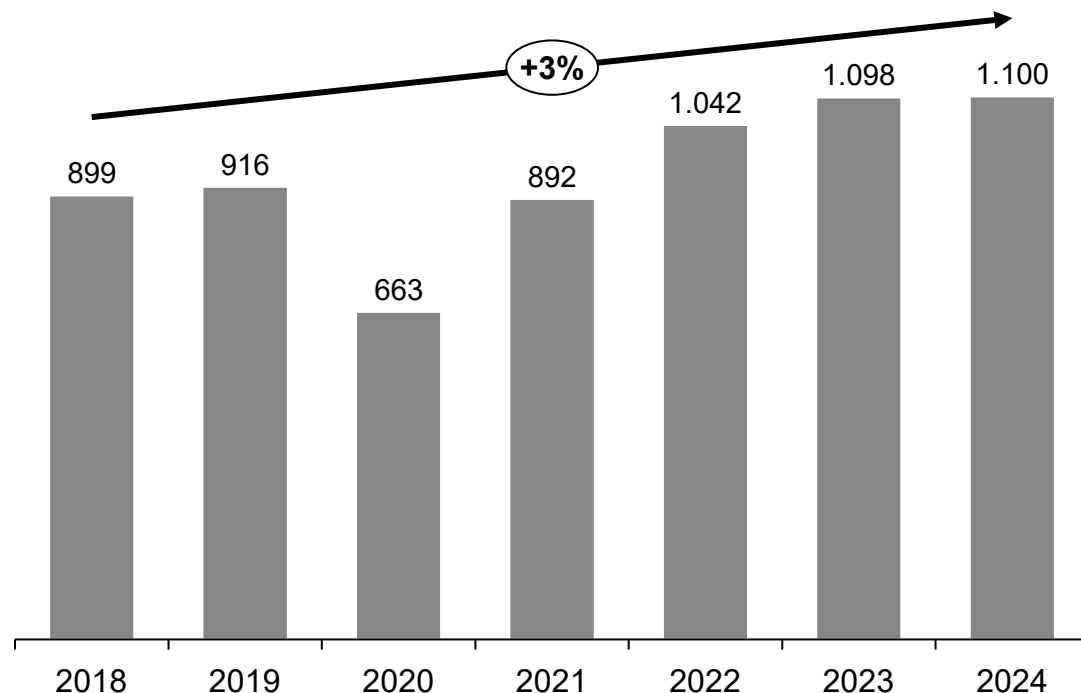
Font: Elaboració pròpia, a partir de la base de dades SABI

Magnituds principals: evolució anual de la facturació i dels llocs de treball

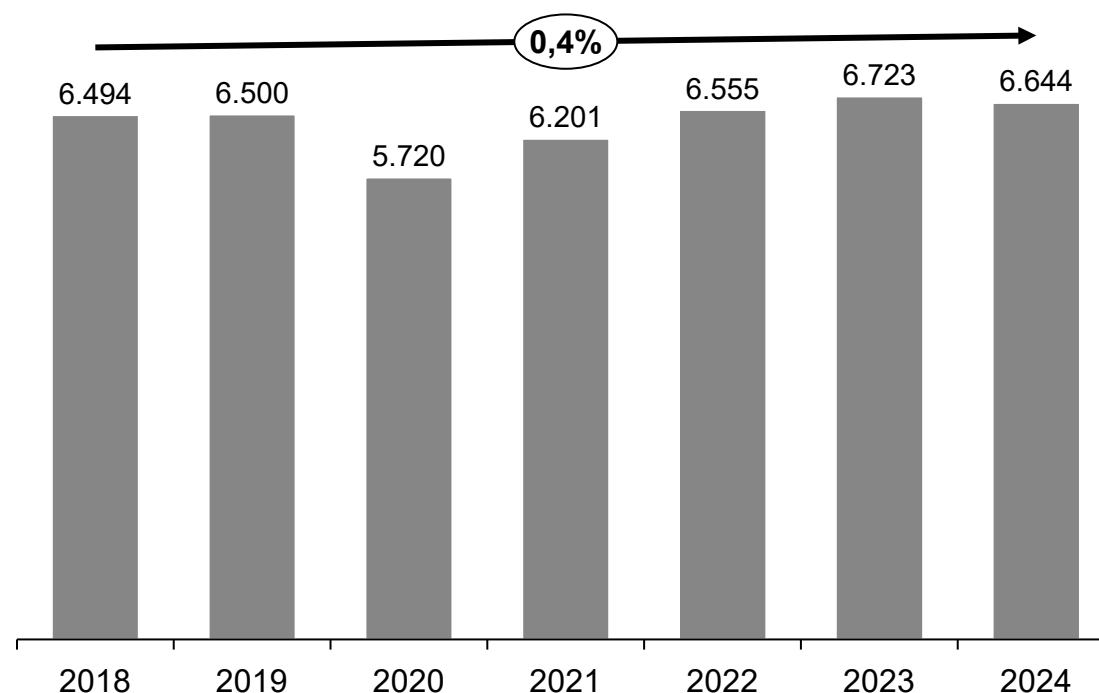
45

- Des de 2018, la **facturació** del sector ha crescut a una **taxa anual composta del 3%** (2018-2024), en línia amb el conjunt del sector de la moda, mentre que els **llocs de treball s'han mantingut**

Facturació del sector a Catalunya 2018-2024 (M€)



Llocs de treball del sector a Catalunya 2018-2024



Nota (1): 2018-2024; en cas de que no hi hagi dades en l'any en qüestió, s'agafa la xifra de l'últim any disponible

Nota (2): S'han considerat les empreses actives amb dades disponibles per als últims 5 anys (2024-2020), amb una facturació superior a 500.000 €

Font: Elaboració pròpia, a partir de la base de dades SABI

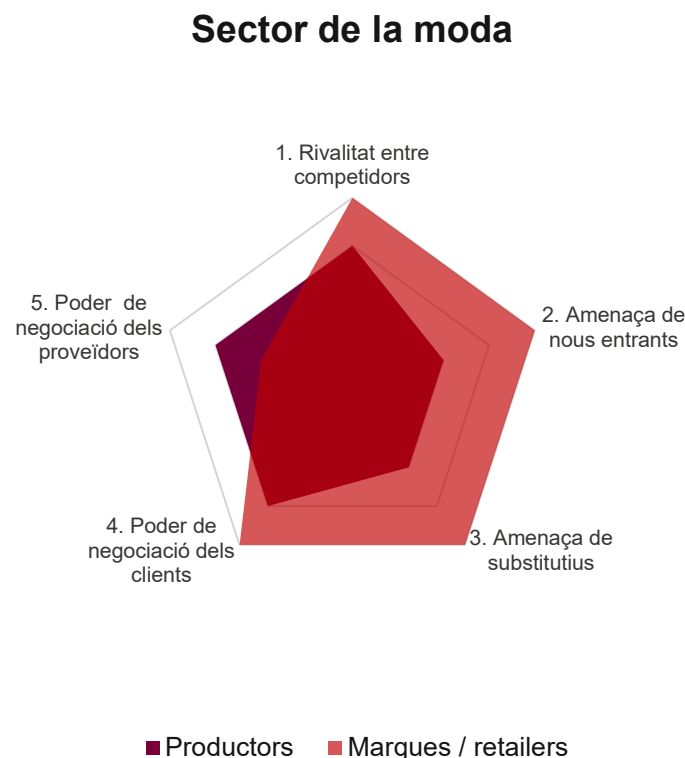
El sector de la moda i la pell a Catalunya

5. Tendències i reptes estratègics per al sector

Dinàmica competitiva de mercat en el sector de la moda: 5 Forces de Porter (I)

47

- El model de les **5 Forces de Porter** ajuda a **identificar** quines **pressions competitives** afecten cada actor i, per tant, revela diferències estructurals entre productors i marques/retailers.



Productors

- 1. Rivalitat entre competidors existents:** mercat molt atomitzat i pressió elevada per preu a causa de la deslocalització i la reducció de la base productiva local
- 2. Amenaça de nous entrants:** entrada limitada per inversions inicials elevades, regulació ambiental i manca de relleu generacional
- 3. Amenaça de substitutius:** competència de producció deslocalitzada en països més barats i menys regulats
- 4. Poder de negociació dels clients:** dependència alta de grans marques i consumidors finals molt sensibles al preu
- 5. Poder de negociació dels proveïdors:** dependència de fibres, d'energia i de químics amb costos elevats i gran volatilitat



Marques i retailers

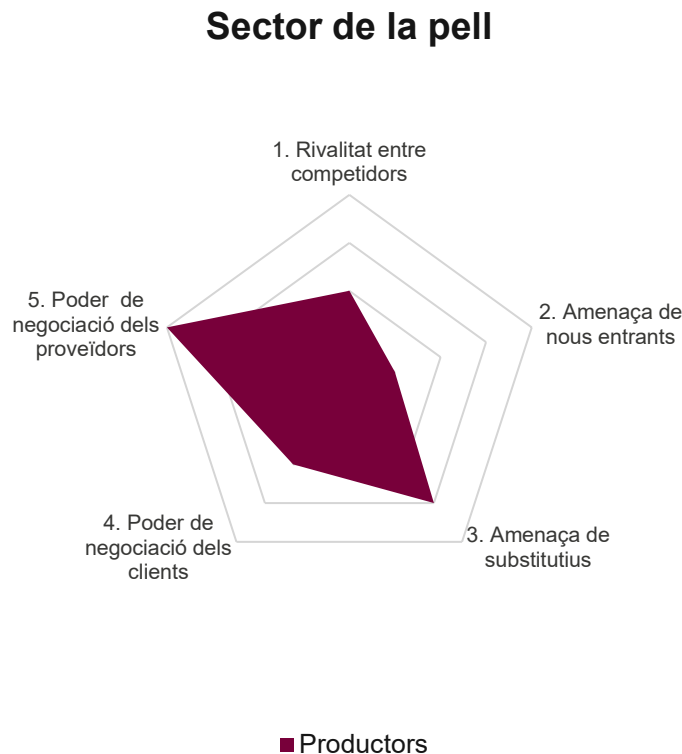
- 1. Rivalitat entre competidors existents:** rivalitat intensa en *fast fashion* i entre marques sense actius diferencials sòlids
- 2. Amenaça de nous entrants:** crear noves marques és més accessible (e-commerce, xarxes socials) però la mortalitat és alta
- 3. Amenaça de substitutius:** pressió de segona mà, dupes i alternatives de consum que redueixen marges
- 4. Poder de negociació dels clients:** clients acostumats a comparar i exigir preus baixos i promocions constants
- 5. Poder de negociació dels proveïdors:** accés a una oferta global que facilita substituir proveïdors i negociar condicions

Font: Elaboració pròpia, a partir de les entrevistes elaborades amb l'ecosistema del sector i McKinsey (2025)

Dinàmica competitiva de mercat en el sector de la pell: 5 Forces de Porter (II)

48

- El model de les **5 Forces de Porter** ajuda a **identificar** quines **pressions competitives** afecten cada actor i, per tant, revela diferències estructurals entre productors i marques/retailers.



Productors

- 1. Rivalitat entre competidors existents:** competència reduïda, però intensa, centrada en la qualitat i el posicionament prèmium dins un mercat molt especialitzat
- 2. Amenaça de nous entrants:** entrada limitada per la manca de *know-how* tècnic i per una regulació ambiental estricta que eleva les barreres
- 3. Amenaça de substitutius:** qualitat alta del cuir natural, però pressió forta de materials sintètics i vegans que funcionen com a alternatives viables
- 4. Poder de negociació dels clients:** La qualitat del cuir català modera el poder del client, però continua sent elevat per l'existència d'opcions substitutives
- 5. Poder de negociació dels proveïdors:** dependència de productes químics i serveis especialitzats amb poca oferta i costos alts, fet que en reforça el poder.

Font: Elaboració pròpia, a partir de les entrevistes elaborades amb l'ecosistema del sector i McKinsey (2025)



Debilitats

D1. Deslocalització estructural: la producció s'ha desplaçat a Àsia per reduir costos, cosa que genera pèrdua d'escala, infrautilització de capacitats locals i dependència de decisions de marques globals

D2. Manca de relleu generacional: oficis del sector de la pell no troben substituïts per jubilació; el sector és poc atractiu per al talent jove i això amenaça la continuïtat del *know-how*

D3. Pressió de marges per part de les marques grans: la concentració de demanda en marques grans redueix el poder negociador dels productors, que veuen els preus pressionats a la baixa i pateixen estratègies de *multisourcing*

D4. Costos elevats i regulació: l'augment dels costos de producció i la competència basada en preu redueixen la rendibilitat i limiten la capacitat d'inversió i d'innovació del sector



Amenaces

A1. Fragmentació geopolítica i augment de barreres comercials: restriccions i tensions internacionals dificulten les exportacions i afecten el subministrament

A2. Competència global intensificada en segments de preu: la pressió d'importacions procedents de països amb menys cost i regulació incrementa la tensió competitiva en moda mass-market i productes de pell estàndard

A3. Enduriment normatiu europeu en sostenibilitat i traçabilitat: la RAP, la descarbonització obligatòria i els requisits de dades imposen noves exigències estructurals al sector industrial. Les mesures impliquen inversions elevades en processos tèxtils, amb risc d'exclusió de cadenes de valor si no s'assoleixen els estàndards exigits

A4. Disrupció tecnològica accelerada en producció i planificació: la incorporació d'IA, d'automatització i de sistemes avançats està redefinint l'estàndard competitiu de la indústria, impulsant nous models de producció i planificació i exigint inversions significatives

■ Específic sector pell

Font: Elaboració pròpia, a partir de les entrevistes elaborades amb l'ecosistema del sector, McKinsey (2025)



Fortaleses

F1. Know-how i tradició industrial: Catalunya acumula dècades d'experiència en confecció tèxtil. Aquest capital tècnic es tradueix en una qualitat productiva elevada, una gran capacitat d'adaptació a requeriments complexos i una relació sòlida amb marques *prèmium* que valoren la fiabilitat i l'execució acurada

F2. Especialització i qualitat diferencial: en l'àmbit de la pell, especialment a Igualada, destaquen la curtició vegetal, els acabats tècnics i sofisticats, i la flexibilitat per treballar sèries petites i mitjanes. Tot plegat, reforçat per l'atractiu del *made in Spain*, que té bona acceptació tant al mercat nacional com a l'internacional



Oportunitats

O1. Reconfiguració de la producció: el *nearshoring* impulsa el retorn de la producció cap a regions més pròximes al mercat final

O2. Avantatge competitiu en compliment normatiu i traçabilitat: els productors locals tenen compliment normatiu superior, fet que esdevé un avantatge davant competidors internacionals

O3. Posicionament en sostenibilitat gràcies a la transició energètica: la transició energètica permet diferenciar-se en segments *prèmium* gràcies a una petjada ambiental menor i un ús eficient de l'energia

O4. Impuls competitiu mitjançant l'adopció de noves tecnologies: la digitalització avançada (IA, disseny 3D, prototipatge virtual, IoT) permet als productors optimitzar processos, reduir costos i accelerar el temps de resposta

■ Específic sector pell

Font: Elaboració pròpia, a partir de les entrevistes elaborades amb l'ecosistema del sector, McKinsey (2025)



Debilitats

D5. Dependència productiva exterior: moltes marques fabriquen majoritàriament a Àsia, fet que introdueix risc logístic, exposició a fluctuacions de costos globals i menys control sobre l'execució real dels estàndards de sostenibilitat

D6. Sensibilitat alta al preu: el consumidor compara molt i té moltes alternatives (*dupes, fast fashion, segona mà*), que redueixen la fidelitat de marca i incrementen la pressió per competir en preu

D7. Escala limitada: una part rellevant de les marques catalanes són petites o mitjanes empreses, amb capacitat d'escala reduïda. Això dificulta competir amb els grans grups internacionals (i fins i tot amb els grans operadors nacionals), limita l'expansió i augmenta la vulnerabilitat davant fluctuacions de la demanda



Amenaces

A5. Consumidor orientat al valor i a la promoció: la sensibilitat al preu i la polarització del mercat tensionen el *mid-market* on operen moltes marques catalanes

A6. Pressió competitiva global: l'acceleració de cadenes *low-cost* i la facilitat de replicació de disseny redueixen la diferenciació i erosionen la capacitat de capturar valor

A7. Reconfiguració del comerç i volatilitat de *sourcing*: els canvis geopolítics i els fluxos productius incrementen la incertesa en terminis, costos i estabilitat de proveïment

A8. Intermediació creixent de la IA i plataformes digitals: la descoberta i la decisió de compra depenen d'algoritmes i de *marketplaces*, cosa que redueix el control directe sobre el canal

■ Específic sector pell

Font: Elaboració pròpia, a partir de les entrevistes elaborades amb l'ecosistema del sector, McKinsey (2025)



Fortaleses

F3. Ecosistema creatiu i consolidat: Barcelona s'ha consolidat com un pol de disseny gràcies a un ecosistema sòlid format per escoles especialitzades, el dinamisme de la 080 Barcelona Fashion i el paper dels clústers i de les associacions sectorials, així com per una cultura creativa reconeguda. Aquest entorn afavoreix un flux continu de talent i converteix el disseny en un actiu competitiu diferencial per a les marques catalanes

F4. Identitat de marca i posicionament: diverses marques catalanes han construït un relat propi, un *lifestyle* clar i una segmentació de producte ben definida. Aquesta solidesa d'identitat els permet mantenir cert *pricing power* en segments mitjans-alts

F5. Valor afegit en segments específics: en determinats segments, el *made in Spain* aporta un valor percebut rellevant. La utilització de pell de qualitat reforça el posicionament i els consumidors valoren especialment l'autenticitat, l'ofici i la història associada al producte



Oportunitats

O5. Polarització del mercat cap a valor i diferenciació: la saturació del *low-cost* reforça l'espai per a marques amb identitat, disseny propi i proposta de valor clara

O6. Tecnologia per guanyar eficiència: la incorporació de solucions digitals i tecnologies avançades (automatització, anàlisi de dades, IA, gestió integrada d'inventari) ofereix a les marques oportunitats per optimitzar processos, reduir costos operatius i millorar la capacitat de resposta al mercat

O7. Aprofitament de la marca Barcelona: les marques que produeixen amb estàndards de qualitat elevats es beneficien d'un avantatge competitiu, gràcies al fort reconeixement internacional del *made in Barcelona*

■ Específic sector pell

Font: Elaboració pròpia, a partir de les entrevistes elaborades amb l'ecosistema del sector, McKinsey (2025)



Debilitats

D8. Dependència alta de la promoció en un entorn de *trade*

down: la sensibilitat estructural al preu redueix la capacitat de mantenir marges i genera pressió constant sobre descomptes i liquidacions

D9. Escala limitada davant grans operadors i *marketplaces*

globals: la menor dimensió redueix el poder de negociació amb marques i amb proveïdors i dificulta l'accés prioritari a productes diferencials

D10. Exposició elevada al risc d'inventari en moda estacional: la volatilitat de la demanda i l'efecte *bullwhip* incrementen el risc d'excés d'estoc

D11. Dependència creixent de trànsit digital intermediari: la captació de client en línia depèn cada cop més d'algoritmes, de plataformes i de *marketplaces*, el que redueix el control directe sobre la relació amb el consumidor



Amenaces

A9. Consumidor hiperracional i polarització del mercat: la prioritització de preu, promoció i valor percebut redueix la fidelitat i intensifica competència en un entorn de creixement feble

A10. Expansió estructural de *resale*, *off-price* i canals alternatius: la consolidació de formats de segona mà i *marketplaces* globals desvia trànsit i pressiona els marges del retail més tradicional

A11. Dependència creixent d'algoritmes i de plataformes digitals: la intermediació tecnològica redefineix la descoberta de producte en moda i redueix control directe sobre la relació amb el client

A12. Volatilitat de demanda i risc d'excés d'inventari: la combinació de la moda estacional i d'un consumidor sensible al preu amplifica el *bullwhip effect*

■ Específic sector pell

Font: Elaboració pròpia, a partir de les entrevistes elaborades amb l'ecosistema del sector, McKinsey (2025)



Fortaleses

F6. Capilaritat territorial i coneixement profund del client: el retail català disposa d'una presència física consolidada i d'una relació directa amb el consumidor final. Aquesta proximitat permet ajustar assortiment, preu i proposta de valor

F7. Integració progressiva de l'omnicanalitat: la combinació de botiga física, *e-commerce* i serveis com el *click&collect* reforça la capacitat d'adaptació davant la digitalització del consum i amplia l'abast comercial sense perdre control sobre la marca

F8. Capacitat d'especialització: en un entorn d'excés d'oferta, el retailer aporta selecció, criteri i contextualització del producte, rellevant en segments mitjans i *prèmium*

F9. Flexibilitat operativa en estructures petites i mitjanes: la menor escala respecte als grans operadors permet prendre decisions de manera més àgil en assortiment, promocions i ajustos de col·lecció



Oportunitats

O8. Integració d'IA en planificació i inventari: l'analítica avançada permet reduir excés d'estoc, millorar rotació i protegir els marges en moda estacional

O9. Revalorització del punt de venda físic: la necessitat d'experiència, validació i contacte amb el producte reforça el rol del retail físic com a espai de marca i diferenciació

O10. Desenvolupament de models omnicanal: la combinació d'*e-commerce* i botiga física ofereix als retailers l'oportunitat d'integrar experiències, ampliar l'abast comercial, millorar la conversió i optimitzar la gestió de clients al llarg de tots els punts de contacte

■ Específic sector pell

Font: Elaboració pròpia, a partir de les entrevistes elaborades amb l'ecosistema del sector, McKinsey (2025)

Tendències principals al sector de la moda i pell

55

P

POLÍTIC

- Desglobalització: el comerç internacional es fragmenta i les barreres comercials es multipliquen
- *Nearshoring*: els governs impulsen la producció de proximitat, però el progrés és limitat

E

ECONÒMIC

- En un context macroeconòmic de baix creixement, els consumidors prioritzen el preu
- La inflació, els costos logístics i les cadenes fragmentades pressionen els marges

S

SOCIAL

- Consum hiperracional i orientat al valor; normalització de *resale*, *dupes* i *off-price*
- La botiga física evoluciona cap a experiència i valor emocional

T

TECNOLÒGIC

- La IA esdevé infraestructura clau del sector i millora la planificació, l'inventari i la decisió de compra (incloent-hi *agent commerce*)
- Les dades i la traçabilitat passen a ser obligatòries, amb el DPP com a columna vertebral del model operatiu

E

ECOLÒGIC

- El risc climàtic i les emissions de la cadena de subministrament ja condicionen les decisions de *sourcing*, el que fa de la resiliència i la descarbonització criteris essencials
- En aquest context, la sostenibilitat es consolida com un pilar estratègic per al sector

L

LEGAL

- La RAP amplia la responsabilitat legal fins al final de vida del producte i es penalitzen el volum, els cicles curts i la sobreproducció
- La regulació del *greenwashing* exigeix fets demostrables i fa que dades, sistemes i traçabilitat siguin imprescindibles

Tendències en l'àmbit tecnològic: tecnologies aplicades al sector de la moda i la pell

56



Intel·ligència artificial (IA)

- La IA s'està convertint en una tecnologia central en moda i pell. Permet **accelerar el disseny**, automatitzar processos creatius, anticipar tendències i optimitzar operacions
- La seva aplicació es consolida en models predictius, generació de col·leccions i eines de personalització avançada

Casos d'ús

Disseny assistit per IA: generació de patrons, propostes de col·lecció i simulacions de teixits i formes basades en dades de tendències

Predicció de demanda i planificació d'inventari: sistemes que anticipen vendes i redueixen sobreproducció i estocs

Personalització de producte i recomanacions: experiències adaptades al consumidor basades en preferències i comportament de compra



Realitat augmentada i virtual

- Les tecnologies immersives estan transformant la relació entre marca, producte i client, i milloren la **visualització**, la venda i la presa de decisions
- S'apliquen tant en entorns **B2C com B2B**, ofereixen nous canals comercials i redueixen la dependència de mostres físiques

Casos d'ús

Virtual try-on: permet provar roba, calçat o accessoris digitalment, cosa que millora la conversió i redueix les devolucions

Showrooms digitals 3D: eines per presentar col·leccions a distribuïdors sense necessitat de mostres físiques

Prototipatge virtual: models 3D que permeten testar volums, caigudes i combinacions abans de produir mostres



Internet of Things (IoT)

- L'IoT permet integrar sensors i dispositius connectats que donen visibilitat en temps real sobre materials, processos i fluxos logístics
- En el sector de la pell és especialment útil per al **control de qualitat**, el monitoratge del tractament i la coherència de processos industrials

Casos d'ús

Seguiment de materials i peces: sensors i etiquetes intel·ligents que registren moviments i estats al llarg de la cadena

Monitorització de processos industrials (pell): control de paràmetres crítics (humitat, temperatura, temps d'assecat, consistència del tractament)

Gestió intel·ligent d'inventari: integració IoT-ERP per optimitzar estocs i reduir errors

El sector de la moda i la pell a Catalunya

Annex

Objectiu i abast de l'informe

58

- El maig de 2019, la **Direcció General d'Indústria** de la Generalitat de Catalunya va publicar l'informe ***El sector de la moda a Catalunya***, amb la participació del clúster **MODACC**.
- L'objectiu de l'estudi era **analitzar l'estratègia del sector de la moda a Catalunya**, mitjançant la revisió de les principals tendències, dels canvis en el model de negoci i dels reptes estratègics de les empreses que el conformen.
- Anys després, Acció ha considerat necessari disposar d'una **actualització estratègica** d'aquest informe, amb la participació dels clústers **MODACC i Leather Cluster Barcelona**.
- Amb aquesta finalitat, s'han dut a terme **anàlisis internes i externes** del sector per identificar-ne les **fortaleses, debilitats, oportunitats i amenaces**, amb l'objectiu de **fonamentar la definició d'estratègies de futur**.
- Metodològicament, l'anàlisi s'estructura a partir d'un examen detallat de la realitat catalana, basat en l'**explotació de dades empresarials**, l'elaboració d'un **mapatge sectorial** la realització d'**entrevistes** amb agents rellevants al llarg de la cadena de valor i la **revisió de literatura global**.



Mapatge de les empreses del sector

- A partir de les empreses identificades en l'informe de 2019, i amb l'objectiu d'obtenir **informació quantitativa sobre el teixit empresarial del sector a Catalunya**, s'ha elaborat una **base de dades** amb informació sobre **facturació, EBITDA i llocs de treball** de les empreses del sector per al període 2017-2024.
- Aquesta base de dades s'ha construït a partir del llistat **d'empreses identificades en l'estudi previ**, la informació procedent de bases de dades del **CIS¹**, les **startups** registrades a les bases de dades d'ACCIÓ, els membres dels clústers **MODACC i Leather Cluster Barcelona** i els **CNAE** vinculats al sector.

Obtenció de la mostra d'empreses de la base de dades:

- 1. Punt de partida sectorial**
Identificació inicial de les empreses del sector a partir de l'informe previ (2019) i del llistat d'empreses sòcies dels clústers MODACC i Leather Cluster Barcelona, com a base de coneixement sectorial existent.
- 2. Contrast amb bases de dades sectorials**
Ampliació i validació del llistat mitjançant l'anàlisi de bases de dades del CIS¹, amb la incorporació d'empreses amb vinculació potencial al sector.
- 3. Incorporació d'empreses emergents**
Ampliació i validació del llistat mitjançant l'anàlisi de bases de dades de *startups*, amb la incorporació d'empreses amb vinculació potencial al sector.
- 4. Filtratge per activitat econòmica (CNAE)**
Depuració final del llistat a partir de la selecció d'empreses amb CNAE vinculats al sector, per assegurar la coherència i la consistència de la mostra analitzada².

DADES



Facturació



EBITDA



Llocs de treball

Període
2017-2024

Nota (1): CIS – Catalonia Industry Suppliers

Nota (2): Per depurar la base de dades resultant, s'han eliminat del llistat les empreses sense informació disponible per als últims 5 anys (2024-2020), juntament amb les que es trobaven en liquidació o extinció i les que presenten una facturació inferior a 500.000 €

Objectiu i abast de l'informe: abast metodològic (II)

Entrevistes

- La **informació qualitativa** del sector s'ha obtingut mitjançant **13 entrevistes** fetes en profunditat a directius d'empreses i a entitats representatives de les diferents baules de la cadena de valor de la moda i la pell, així com a **associacions i a clústers sectorials**.
- Aquest treball de camp ha permès incorporar el **coneixement i l'experiència directa dels agents principals del sector**, el que aporta una visió experta i contrastada sobre la realitat actual i els factors principals que en condicionen l'evolució a Catalunya.
- Els coneixements i les aportacions recollits s'han **integrat de manera transversal** en les diferents fases de l'anàlisi. En particular, han servit de base per identificar les **fortaleses, debilitats, oportunitats i amenaces** del sector i per reforçar la solidesa del **diagnòstic estratègic** que sustenta la definició de les **orientacions i les estratègies de futur**.

Revisió de literatura

- Adicionalment, s'ha revisat la literatura del sector de manera exhaustiva, incloent-hi informes sectorials, estudis acadèmics i publicacions especialitzades de referència, recollits a l'**annex 2 de la Bibliografia**.

HALLOTEX

Hallotex
(Gestors de la producció)

Sominemi

Sominemi
(Marca de canal)


UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE CATALUNYA
BARCELONATECH
Institut d'Investigació Tèxtil
i Cooperació Industrial de Terrassa

UPC – Intexter
(Universitat)

SIMORRA

Simorra
(Marca amb integració al retail)


LOLA CASADEMUNT
SINCE 1981

Lola Casademunt
(Marca amb integració al retail)

aldanondoyfdez.

Aldanoyfdez
(Marca de canal)

SPLENDA
QUALITY LEATHER

Splenda
(Curtidor)

PRIMARK

Primark
(Marca de canal)

TOUS

Tous
(Marca amb integració al retail)

Desigual.

Desigual
(Marca de canal)

 **Punto Blanco**

Punto Blanco
(Marca amb integració al retail)

AUGUSTO BELLINI
Global Textile Solutions
RETEXCYCLE

Augusto Bellini & Retexcycle
(Gestió de la producció)

 **Stahl**

Stahl
(Químics / tintadors)

Texfor
CONFEDERACIÓN INDUSTRIA TEXTIL

Texfor
(Clúster)

MODACC CLÚSTER CATALÀ DE LA MODA

MODACC
(Clúster)


LEATHER CLUSTER
BARCELONA

Leather Cluster
(Clúster)

Gràcies!

Passeig de Gràcia, 129
08008 Barcelona

accio.gencat.cat
catalonia.com

 @accio_cat
@Catalonia_TI

 [linkedin.com/company/acciocat/](https://www.linkedin.com/company/acciocat/)
[linkedin.com/company/invest-in-catalonia/](https://www.linkedin.com/company/invest-in-catalonia/)

Més informació sobre el sector, notícies i oportunitats:

<https://www.accio.gencat.cat/ca/sectors/textil-moda>



ACCIÓ
Catalonia
Trade & Investment

 **Generalitat
de Catalunya**

 Cofinançat per
la Unió Europea

Fem avui l'**empresa** del demà