

La confluència de dues cultures, la italiana i la catalana, han impregnat la forma de treballar i veure l'empresa de l'Enrico Canella, un empresari nascut a Itàlia però establert a Catalunya des de fa més de 20 anys. És en aquesta terra on ha donat forma al seu projecte empresarial i l'ha portat a la realitat. L'àmbit de treball que va escollir va ser el de la confecció de roba infantil, un terreny que a Itàlia té gran tradició i prestigi.

"Next Generation va néixer l'any 1994 i des de llavors ha anat creixent. Actualment disposem de dues marques de roba, Elleri, que és la nostra marca original, i Ninis que ja existia i que hem incorporat al grup." Sens dubte, una empresa emmarcada en l'àmbit de la moda ha de treure noves peces de roba cada temporada i això és un esforç constant de renovació i de millora del producte per tal de ser competitiu al gran mercat de la confecció infantil i juvenil. **"Nosaltres estudiem les tendències dels colors i dels models per dissenyar les peces de la col·lecció. El nostre producte ha d'estar en consonància amb el que passa al mercat. Els colors considerats clàssics -rosa, blanc i blau- han donat pas a altres colors de moda i a altres teixits. De totes maneres els models es van repetint perquè el nounat no permet gaires extravagàncies. El nostre futur rau en el Departament de Disseny. L'èxit de tota empresa del món del tèxtil està en l'atractiu que es posi a la roba. La recerca de la moda, dels colors, dels teixits... té una gran complexitat i els nostres esforços d'inversió es concentren en l'àmbit del disseny, el motor que ho fa girar tot."**

La forma de vestir ha esdevingut un element molt important en la societat moderna. Els dissenyadors no paren d'innovar i de proposar noves tendències que primer apareixen en la roba d'adult, però **"mentre que aquestes línies són un referent per a nosaltres a l'hora de dissenyar, és difícil que la roba de nen també creï moda. En tot cas, hi ha persones molt creatives dins del món de la moda i s'encarreguen de donar les pautes a la resta de dissenyadors."**

Les peces de vestir que confeccionen a Next Generation van dirigides a un ampli ventall d'edats que va des del nounat fins als nois i noies de 14 anys. Dins d'aquest marge d'edats s'estableixen tres apartats: la roba per a nadons de 0 a 24 mesos, un altre de 2 a 8 anys, i l'últim de 8 a 14.

"Són edats que requereixen estils diferents per a nens i nenes. Nosaltres fem tot tipus de productes, des de roba, sabates, complements fins a roba interior i altres. Vestim el nen totalment i ho fem pensant que la peça ha de ser pràctica i per portar-la a diari. L'adult compra roba sobretot per sentir-se bé, a la moda... mentre que el nen es vesteix per necessitat, tenint en compte que creix molt de pressa i fa malbé la roba aviat. En l'àmbit d'una família, a l'hora de vestir-se el nen és el prioritari pel que fa a necessitat. Nosaltres treballam amb 600 models diferents que després s'han de multiplicar per colors i talles i ens porten a disposar d'unes 14.000 referències." L'esforç de creativitat que han de fer les empreses de confecció a l'hora de dissenyar les seves col·leccions va orientada a les dues temporades que tenen lloc al llarg de l'any. Una és la temporada de tardor-hivern i l'altra, la de primavera-estiu: **"Cada època té les seves característiques pel que fa a colors, dissenys i teixits. A l'hivern el nen porta més peces a sobre mentre que a l'estiu se'n porten menys."**

El disseny i la distribució del producte es condueix des de la seu de l'empresa de Barberà del Vallès però la fabricació de les peces es fa a la Xina: **"Aquest gran país asiàtic ha canviat molt els darrers anys i continuarà fent-ho. D'aquí a poc podrà ser considerat una potència mundial en diferents sectors. Els empresaris europeus comencem a apropar-nos a aquestes zones perquè tenen avantatges que no trobem aquí, unes possibilitats que els americans ja fa anys que van descobrir. En aquest sentit és just que entre tots aportem feina a països més pobres i necessitats."**

L'Enrico té botigues repartides a Espanya i a Itàlia, on disposa també d'una altra fàbrica localitzada a Mogliano Veneto. Treballar en dos països li permet observar les característiques diferencials de les seves cultures i societats. **"Crec que el nostre sempre ha estat un país amb una cultura elevada per vestir. En produir-se l'obertura de mercats el potencial que havia quedat frenat durant la dictadura va començar a renèixer i tots els camps relacionats amb el món de la moda s'han revitalitzat amb força. Espanya ha demostrat davant d'Europa que sap fer les coses tan bé en l'àmbit polític com en l'industrial i un símptoma d'això és que hi ha moltes empreses estrangeres que decideixen instal·lar-s'hi per la seva baixa conflictivitat. En l'àmbit de la moda ara mateix Espanya no té res a envejar a Itàlia."** El creixement de Next Generation és imparable i constant. La cadena de botigues va començar a instal·lar-se a Espanya a partir del 1998 amb el nom d'Elleri. L'experiència acumulada amb la xarxa de botigues a Itàlia era un bon precedent per iniciar el projecte espanyol. De moment, a Espanya disposen de 19 botigues pròpies i **"de cara l'any que ve tenim previst duplicar aquesta xifra. Hem canviat la qualitat de l'establiment tenint en compte que es necessiten espais grans. A Itàlia s'han obert fins ara 45 franquícies i pretenem que a Espanya també se'n creïn. De totes maneres, la franquícia és un concepte d'establiment molt nou aquí i poc reconegut mentre que a Itàlia la cultura de la franquícia és vella. S'ha de veure com una cosa seriosa, ha de ser un negoci per a tots i tothom ha de treballar-hi. El nostre projecte de futur, de fet, passa per consolidar aquesta cadena de botigues continuant la línia d'expansió que hem iniciat."**

Aquest empresari català té a les seves mans la direcció d'una empresa que va creixent dia rere dia empès per la serietat i l'esforç que impregnen tant ell com el seu equip. I aquest esforç es veu recompensat segons l'Enrico **"quan les peces que confeccionem tenen una bona acollida a les botigues. El client final és qui jutja aquesta qualitat i la valora comprant la peça. En definitiva té l'última paraula sobre el producte."** I és que **"per ser empresari cal tenir vocació i molt de sacrifici perquè cada dia és una lluita per continuar endavant i en aquest sentit jo no he estat mai sol. La meua família ha estat un gran estimul i un bon suport per realitzar els meus projectes. Tot i no haver nascut aquí, estimo Catalunya i la seva gent, oberta i cordial."** Aquestes són les paraules de l'Enrico Canella, un empresari amb un peu a Itàlia i un altre a Catalunya on ha establert la seva vida al costat de la seva esposa, Cristina Pàmies, també sòcia de l'empresa, i de les seves filles, Lucia i Lala.



**“El nostre país sempre
ha tingut una cultura
elevada per vestir”**

Enrico Canella - Barberà del Vallès (Vallès Occidental)