



# El lujo pierde esplendor

El sector se democratiza y su brillo se apaga. Un libro desvela los abusos de la industria para fabricar barato

ANA TERUEL París

Nacieron a finales del siglo XIX como pequeños talleres artesanales que vestían a la realeza y aristocracia europea. Ahora la mayoría de las firmas de lujo se encuentran en manos de grandes multinacionales que en los años ochenta empezaron a comprar las casas a unos fundadores en edad de la jubilación o a unos herederos poco preparados e inundan sus tiendas con perfumes y artículos de marroquinería para llegar al mayor número posible. El lujo se ha convertido así en una industria que mueve millones de euros cada año, cotiza en Bolsa y en la que se aplica la lógica de reducción de costes, sacrificando calidad y exclusividad. Un proceso en el que el lujo perdió su alma.

Esta es la idea que sostiene Dana Thomas en su libro *Cuando el lujo perdió su esplendor* (Ediciones Urano). Corresponsal cultural en París durante años para Newsweek y colaboradora para otras publicaciones, Thomas ha tratado durante más de una década temas de moda. "Escribía noticias sobre compras de unas y otras marcas por parte de grandes grupos y sobre beneficios que no dejaban de subir", explica. "Pero como clienta notaba que la calidad de la ropa caía en picado y era cada vez más cara". A partir de ahí surgió la idea del libro en el que revela los entresijos de grandes firmas como Vuitton, Burberry, Gucci, Prada o Armani.

### Las firmas se trasladan a China

Para llevar a cabo su tarea, Thomas ha tratado de remontar todos los puntos de la cadena de producción y distribución de las grandes marcas: desde los talleres museos como el de Louis Vuitton en las afueras de París, hasta los grandes centros comerciales de Hawái o Brasil, pasando por la calle Santee Alley en Los Ángeles, paraíso del contrabando, y las plantas de fabricación chinas.

"Lo que más me ha sorprendido ha sido la visita a una fábrica en China que se dedicaba a hacer bolsos", explica Thomas. "Ya sabía que había marcas que fabricaban en China y luego ponían una etiqueta *made in Italy*, pero me quedé estupefacta por la cantidad de marcas que había".

En la gigantesca fábrica de la ciudad de Dongguan, la autora llega a ver modelos de unas cuarenta firmas. "Eran grandes marcas, de las que dicen que



Una tienda de Prada en la Quinta Avenida de Nueva York. BLOOMBERG



Dana Thomas, autora del libro *Cuando el lujo perdió su esplendor*.

no fabrican en China, y no eran pequeñas series", aclara. "Como cliente sentí que me tomaban el pelo", dice.

Aunque era de esperar que la publicación del libro no sentara del todo bien al mundo del lujo, Thomas asegura que la gran mayoría de las reacciones han sido positivas. "He recibido muchos correos de presidentes ejecutivos, de jefes de grandes creadores, de gente que sabía cómo funcionaba esto, que me daban la enhorabuena por sacarlo a la luz", recuerda.

El único gran enfado fue el de Yves Carcelle, presidente de la marca Vuitton. "Fue uno de los pocos que se resistió a concederme una entrevista

### Producir en China es cada vez más frecuente entre las firmas de lujo

## Historia de enredos e intrigas

La incursión de la periodista Dana Thomas en el mundo del lujo traza también unos retratos fascinantes de los grandes personajes que componen esta industria. La autora salpica su estudio de las firmas con pausadas conversaciones que permiten palpar el ambiente que rodea este mundo. Entre ellos destacan nombres como la italiana Miuccia Prada, heredera feminista y comunista de la casa Prada, el gran magnate

Bernard Arnault, presidente del grupo LVMH, del que Thomas recuerda la trayectoria, o el sudafricano Johann Rupert, el discreto presidente del grupo Richemont.

A lo largo del libro, como si de una novela se tratara, abundan las anécdotas, como el altercado entre Arnault y los fundadores de la casa Céline, apartados de la firma tras su venta al conglomerado LVMH, las sagas familiares con sus zonas de sombra, como el perio-

do de la ocupación alemana de Francia, y por supuesto, las a menudo crueles valoraciones que los responsables de moda hacen de las grandes publicaciones.

Por último, Thomas integra también los testimonios de los grandes diseñadores, desde los pioneros hasta los jóvenes talentos, a través de los cuales recorre la historia y los grandes hits del lujo, como la creación del mítico Número 5 de Chanel o del Birkin de Hermès.

para la elaboración del libro", dice. "Cuando me llamó para decirme que no entendía nada, le recordé que fue él quien privó al libro de integrar su punto de vista", se defiende. Aún así, la autora tiró de hemeroteca para incluir conversaciones previas con el presidente de la mayor firma de lujo, que llega a definir como "el McDonald's de la industria del lujo" debido a su expansión.

En su análisis, Thomas mantiene sin embargo algo de esperanza. De los grandes nombres, rescata los bolsos de Hermès y los perfumes de Chanel como los productos que mejor mantienen hoy en día la autenticidad pro-

pia del lujo, con una fabricación exclusiva.

También están los que llama "refugiados del lujo", se trata de aquellos diseñadores que han huido de la nueva lógica de la industria para recuperar la esencia de su trabajo y el cuidado de su clientela, entre ellos se encuentran, por ejemplo, Tom Ford o Christian Louboutin, "probablemente la voz más rebelde del mundo del lujo". En el libro, Thomas se entrevista con Louboutin cuando éste vuelve de una cita con un hombre de negocios que le ha propuesto "de nuevo" comprarle la firma. "De nuevo, he dicho que no", explica el diseñador.