

Modaes

Back Stage

De Chanel a Hermès: las 'rara avis' del lujo que han escapado a la tentación del capital

Cuando, recién entrados los 2000, el lujo se concentró en tres grandes conglomerados, unas pocas compañías lograron impulsar su crecimiento manteniéndose independientes.

Iria P. Gestal
25 oct 2016 - 04:49



Chanel, Hermès o Burberry. Cuando, recién entrado el nuevo milenio, las empresas de lujo se concentraron bajo el paraguas de los tres grandes conglomerados (LVMH, Kering y Richemont), un puñado de compañías logró esquivar la tentación del capital y crecer de manera independiente. El rumor de una posible fusión de **Burberry** y **Coach** ha vuelto a poner el foco sobre estas *rara avis* que están, cada vez más, en peligro de extinción.

Los dos casos más icónicos del crecimiento en solitario son las francesas **Chanel** y **Hermès**. La primera está en manos de los hermanos **Gérard Paul Philippe** y **Alain Wertheimer**. Su abuelo, **Pierre Wertheimer**, fue socio de **Coco Chanel** en la fundación de **Parfums Chanel**, la compañía con la que la empresa gestionaba su

Modaes

negocio de perfumería y que **Wertheimer** controlaba en un 70%.

Poco después de la muerte de la diseñadora, **Jacques Wertheimer**, hijo de **Pierre**, se hizo con el control de **House of Chanel** que, en 1974, pasaría a manos de sus hijos ya bajo el nombre de **Chanel SA**.

El impulso de las ventas llegó bajo la dirección de **Alain**, que reorganizó la presencia comercial del perfume insignia de la marca, **Chanel No.5**, reduciendo sus puntos de venta de 18.000 a 12.000 e invirtiendo en publicidad. Alain fue también el responsable del fichaje de **Karl Lagerfeld**, que entonces trabajaba para **Chloé**, como nuevo director creativo.

LVMH trató de hacerse con el control de Hermès, lo que desató una de las mayores guerras legales del sector

Hermès, por su parte, es propiedad de las familias **Puech**, **Dumas** y **Guerrand**, que controlan el 70% del capital. En los últimos años, la empresa ha protagonizado una de las mayores disputas del negocio de la moda contra el todopoderoso conglomerado **LVMH**.

Entre 2001 y 2002, el grupo de **Bernard Arnault** compró a través de empresas subsidiarias un 4,9% de **Hermès**. Seis años después, **LVMH** continuó ganando posiciones en la compañía mediante la compra de derivados de renta variable a través de intermediarios financieros y filiales, siempre por debajo del 5%, la participación mínima que la ley francesa exige comunicar.

El 23 de octubre de 2010, **LVMH** anunció que había adquirido una participación del 14,2%, pero negó estar planeando una OPA hostil. Para blindarse frente a una posible compra, las familias propietarias de **Hermès** crearon un hóliding que posee el 50,2% de las acciones de la compañía, y que dispone de preferencia cuando un miembro de la familia decide vender acciones.

Pese al movimiento defensivo, en 2011 **LVMH** anunció que su participación en **Hermès** había aumentado hasta el 22,6%. El comité de sanciones de la AMF (el organismo francés de supervisión bursátil) llevó a cabo una investigación y concluyó que **LVMH** había comprado en secreto las acciones de su competidor para tener una

Modaes

participación en la empresa, y no como inversión financiera como **LVMH** había afirmado. Así dio comienzo una trepidante batalla legal y de declaraciones públicas que terminó cuando, en 2014, **LVMH** renunció, al menos durante cinco años, a sus intentos de hacerse con el control de **Hermès**.

Armani ha creado este año una fundación para salvaguardar el futuro de la compañía

Si, en Francia, dos de las mayores compañías del sector han logrado esquivar a las garras de **Arnault** y **Pinault**, en Italia, dos de sus grupos de lujo más icónicos también han logrado mantenerse independientes.

Prada, que cotiza en la bolsa de Hong Kong, está controlada por **Patrizio Bertelli** y **Miuccia Prada** en un 80%. Si bien ahora no pasa por su mejor momento, la compañía logró disparar su facturación sin soltar rienda del control del capital. En los noventa, la empresa pasó de facturar 22 millones de euros a superar los 660 millones en sólo diez años y recurrió a las compras (**Helmut Lang**, **Church's** y **Jil Sander**) para impulsar su crecimiento.

Armani, por su parte, es una de las compañías más jóvenes del ranking del lujo y su negocio se articula alrededor de la figura de su fundador y único accionista, **Giorgio Armani**, quien es también el responsable creativo y está al frente del negocio.

Sin embargo, que el diseñador no tenga descendencia ha despertado rumores constantes sobre el futuro de su imperio. En un primer paso para ponerles fin, el empresario italiano constituyó el pasado julio una fundación que lleva su nombre para “salvaguardar” el futuro de la empresa.

De fusionarse, Burberry y Coach escalaría hasta el quinto puesto en el ranking mundial del lujo

Otra compañía con un perfil similar es **Ralph Lauren** si bien la estadounidense, a diferencia de la italiana, sí cotiza en bolsa y su fundador ya ha dado un paso atrás en su dirección, cediendo el timón de la empresa el año pasado a **Stefan Larsson**.

En Reino Unido, **Burberry** ha escapado, de momento, a los conglomerados. No obstante, la semana pasada *Betaville* anunció que **Coach** podría estar estudiando

Modaes

fusionarse con el grupo. Ambas cotizan en bolsa, pero su posicionamiento es radicalmente diferente.

Mientras que **Burberry** es una compañía de lujo cuyo negocio principal continúa girando en torno a su histórica gabardina, la estadounidense se enmarca en el *boom* de las firmas de lujo aspiracional con el foco puesto en los bolsos y los complementos.

Su fusión revolucionaría el ránking del sector, colocando el grupo resultante directamente en la quinta posición mundial, detrás de **LVMH**, **Kering** y **Richemont** y compitiendo por el cuarto puesto con **Chow Tai Fook**.

Con la excepción de estos escasos grupos independientes, la mayoría de las grandes marcas de lujo se encuentran bajo el paraguas de alguno de los tres grandes conglomerados. **LVMH** controla quince marcas de moda como **Louis Vuitton**, **Céline**, **Loewe**, **Fendi**, **Berluti**, **Christian Dior** o **Kenzo**. **Kering** (antes **PPR**) es dueño de **Gucci**, **Balenciaga**, **Bottega Veneta** y **Saint Laurent**, entre otros, y **Richemont** controla principalmente firmas de joyería, además de **Chloé**, **Montblanc** y **Azzedine Alaïa**.

Además, **OTB**, controlado por **Renzo Rosso**, es el dueño de **Marni**, **Maison Martin Margiela** y **Viktor&Rolf**. Otras compañías medianas, en cambio, han optado por pasar a manos de fondos de capital riesgo, como es el caso de **Balmain** y **Valentino**, propiedad de **Mayhoola for Investments**.