Modaes

Back Stage

Diseñadores y grandes empresas textiles: matrimonio de conveniencia

Tribuna: Modesto Lomba
15 abr 2014 - 04:50

Cuando, en 2008, Marc Jacobs inauguró su tienda en Madrid, a nadie le extrañó que fuera su socio capitalista, Robert Duffy (máximo artífice del éxito comercial de la marca) quien atendiera a los medios en lugar del diseñador neoyorquino. En la prensa se habla con total naturalidad de las casas de moda que el magnate Bernard Arnault acoge bajo el paraguas de LVMH, el primer hólding del sector de la moda y el lujo a nivel internacional, y de los esfuerzos de su eterno rival, François Henri Pinault, por derrocarlo asumiendo el control de otras tantas firmas de ropa y accesorios. Se alaba el tino con que Diego della Valle, patrón del Grupo Tod's, trata de insuflar nuevos aires a enseñas históricas como Schiapparelli y, cada vez que se especula sobre quién ocupará la dirección creativa de tal o cual marca, las aptitudes empresariales del diseñador en cuestión jamás entran en debate. Si se considera que Nicolas Ghesquière, por seguir en la órbita de la hoy por hoy enseña más rentable, será el sucesor idóneo de Marc Jacobs en Louis Vuitton, es por sus virtudes creativas, no por su olfato para los negocios.

En España, sin embargo, se tiende a pensar que ambas figuras son indisolubles por lo que, a pesar de que grandes grupos empresariales como Perfumes y Diseño esté detrás de la proyección internacional de la remozada Delpozo, la etiqueta con la que Josep Font está triunfando allende nuestras fronteras, la figura del diseñador-empresario, que en otros países adquiriría connotaciones esquizofrénicas, en España es incuestionable; se visualiza al modisto en cuestión esbozando su colección, encargando tejidos, visitando ferias y atendiendo a su clientela de día, y cuadrando balances contables de noche.

Fue precisamente el antecesor de Josep Font, Jesús del Pozo, uno de los pioneros a la hora de discernir entre lo que se espera y exige de un diseñador de moda y cómo hacer viable (o, mejor, rentable) ese universo creativo. Si bien la empresa Perfumes y

Modaes

Diseño adquirió el 100% de la marca en 2012, tras la muerte del modisto, su *joint venture* arranca en 1992 con el lanzamiento de la primera fragancia del madrileño, Duende.

A finales de enero se confirmó la entrada del grupo español Kangaroos en Devota y Lomba Estudio, noticia que suponía un balón de oxígeno para mi empresa, en concurso voluntario de acreedores desde febrero de 2013. Kangaroos, que se ha hecho además con El Caballo, Bonaventure y Coronel Tapiocca, es una compañía solvente, que cuenta con una marca homónima, y que busca de este modo ampliar su presencia y posicionarse en sectores distintos del del calzado. Fundada en 1986 por mí mismo y el arquitecto Luis Devota, fallecido en 1993, Devota y Lomba cuenta con una amplia experiencia en el sector textil patrio, y abarca desde colecciones de prêt-à-porter masculino y femenino (que presento en Mercedes-Benz Fashion Week Madrid), como líneas de accesorios, ropa de hogar y nupcial -en los últimos años, la diversificación de la marca ha sido tal, que también comercializo con éxito vestidos de comunión- y que se antoja idónea para que un gran grupo nacional invierta en ella. El objetivo, sanear las cuentas y posicionar de nuevo a Devota y Lomba en el mercado. Y, esta vez, sí, el creador -a la sazón, presidente de ACME- se concentrará en diseñar, que no es poco.

La figura del modisto-empresario es una *rara avis* que, por lo pronto, no existe en otros países donde se mima y protege la creatividad y se deja el negocio en manos expertas. En España, sin embargo, se exige que ambas facetas confluyan en una misma persona. Y eso que grupos empresariales españoles, como Puig, se ocupa de que genios de la moda como Jean Paul Gaultier se dediquen a lo que mejor saben hacer: diseñar sin injerencias. Y sus socios capitalistas se cuidarán muy mucho de que las cuentas de la marca estén saneadas. Eso es, en mi opinión, hacer industria, y no pedirle al diseñador que, además, sea CEO de su propia empresa; como no se exige al ejecutivo de turno que sepa también bailar y cantar.

Modesto Lomba es diseñador y presidente de la Asociación Creadores de Moda de España (Acme)