
Modaes

Back Stage

Giorgio Armani, el emperador que se anticipó al 'fast fashion'

Giorgio Armani se ha convertido en uno de los pocos diseñadores que ha hecho de sus creaciones un imperio empresarial.

Iria P. Gestal
18 oct 2016 - 04:47

Giorgio Armani, el emperador que se anticipó al 'fast fashion'

Image not found or type unknown

En 1979, un casi desconocido Richard Gere revolucionaba las salas de cine dando vida a uno de los gigolós más famosos de la gran pantalla. El rico y atractivo Julian Kaye, que se pavoneaba por las calles de Los Ángeles con unos trajes fluidos firmados por Armani, representaba también el éxito del joven diseñador italiano llamado a revolucionar el negocio de la moda en los ochenta.

Los orígenes de Giorgio Armani están muy lejos del esplendor de Hollywood. El diseñador nació en 1934 en Piacenza, una localidad industrial a sesenta y cinco kilómetros de Milán que fue bombardeada sistemáticamente por los Aliados. Desde niño, en medio del caos de estallidos, alarmas de bombardeo y refugios bajo tierra, Armani comenzó a desarrollar un sentido estético que unos años después revolucionaría por completo la industria de la moda.

Al finalizar la guerra, Armani consiguió una beca para estudiar Medicina en la Universidad de Milán, pero no tardó en abandonar la carrera y comenzó a probar suerte en el mundo de la moda. Su primer trabajo fue en los grandes almacenes La Rinascente, donde trabajó como escaparatista, comprador y dependiente. Después de ocho años en el establecimiento milanés, Armani dio un nuevo paso en su carrera y fichó por Cerruti, donde aprendió lo básico sobre confección y comenzó a interesarse por la deconstrucción.

En 1975, el diseñador decidió emprender el vuelo y, de la mano de su pareja, Sergio Galeotti, puso en marcha su propia marca de moda con una inversión de 100.000 dólares. Mientras Galeotti se encargaba de la gestión, Armani comenzó a romper las

Modaes

reglas en diseño. Inventó el traje fluido, una nueva silueta sin estructura que abandonaba las tradicionales y rígidas lanas y franelas por tejidos más ligeros y flexibles, como el lino o la lana. El traje, que permitía mayor libertad de movimiento, se convirtió en el uniforme de las mujeres trabajadoras que llevaban décadas aprisionadas en estrechos trajes chaqueta.

La marca estaba en pleno despegue cuando, en 1985, Sergio Galeotti murió de sida. El golpe llevó a Armani a refugiarse en el trabajo y centrar todas sus energías en la compañía, de la que ahora también era el director general y, paso a paso, comenzó a convertirla en un imperio. Una de sus mayores revoluciones fue en materia de distribución, que por aquel entonces seguía concentrada en los grandes almacenes y las tiendas multimarca independientes.

Armani rompió las reglas apostando decididamente por un modelo de integración vertical al estilo de otro grupo italiano, Benetton, lo que le permitía controlar sus tiempos y ser más flexible a la hora de adaptar su oferta a la demanda de los clientes. El diseñador fue también un pionero en el lanzamiento de segundas líneas, que generaban los ingresos necesarios para seguir manteniendo la Alta Costura, y ha sido, además, uno de los pocos diseñadores que ha reconocido abiertamente externalizar la producción de algunas de sus líneas en China, reservando el *made in Italy* para las gamas más altas.

Desde la muerte de Galeotti, Armani no ha soltado las riendas de la gestión del grupo ni ha cedido un paso en capital: mientras la mayoría de compañías de lujo se integraban en conglomerados o daban entrada a inversores para impulsar su crecimiento, Armani Group continúa controlado al cien por cien por su fundador. Ahora, después de cuarenta años aferrado al cetro de su empresa, Giorgio Armani ha comenzado a preparar tímidamente su relevo. En julio, el diseñador, que no ha tenido descendencia, constituyó una fundación que lleva su nombre para “salvaguardar el futuro de la empresa” y garantizar que el Emporio continúe cuando Giorgio ya no esté.