



DIRECTIVOS



Elegantes puñaladas dentro del sector del lujo

Hermès y el gigante LVMH libran una batalla judicial; Louboutin ha ganado a Yves Saint Laurent la guerra de las suelas rojas

A. S. Madrid

Agua y aceite. Así son Hermès y el grupo LVMH. Dos casas de moda con culturas empresariales diametralmente opuestas y que viven estos días una batalla judicial, donde la marca del dios alado quiere mantenerse independiente del gigante Louis Vuitton Moët Hennessy. Es la lucha del lujo tradicional y artesano frente a la contemporaneidad y la globalización. A principios de septiembre, Hermès confirmaba que en julio había denunciado a LVMH por un supuesto ataque ilegal debido a la compra de acciones a través de la mediación de tres bancos franceses, hasta superar el 22% del capital, acusando al rival de no respetar las reglas del mercado. El gigante, presidido por Bernard Arnault, que la semana pasada solicitó la nacionalidad belga para evitar el fisco francés, contraatacó explicando que la Comisión del Mercado de Valores parisina ya estaba investigando desde su neutralidad la operación sin que hubiera todavía un veredicto.

Detrás de la batalla se encuentra el control de Hermès, que junto a Chanel son las dos grandes firmas francesas independientes de los grandes conglomerados LVMH y PPR. La respuesta de la familia, que todavía controla la firma creada en 1837 por Thierry Hermès para fabricar sillas de montar, ha sido unificar el paquete accionario en el holding H51, que controla el 50,2% del capital. Está por ver si todos pueden y quieren aguantar un posible ataque de Arnault. Y es que esta batalla ya se ha vivido anteriormente. Es muy parecida a la librada por Gucci hace una década, quien durante meses se defendió de LVMH. Al final, la italiana capituló, pero con un final inesperado. En una jugada maestra, François Pinault (presidente de PPR y gran rival de Arnault) se llevó la pieza.

"Hay tres estandartes del lujo francés. Vuitton, Chanel y Hermès. Chanel está segura porque no cotiza en Bolsa y no está a la venta. Hermès corre peligro porque está en el mercado", apunta Susana Campuzano, directora del programa de Gestión del Lujo de IE Business School, quien confirma que la guerra tiene un morbo añadido porque son dos cul-



Cientes con una característica bolsa naranja de Hermès. Abajo, tienda de Louis Vuitton en Venecia y el presidente de LVMH, Bernard Arnault. A la izquierda, unos zapatos de Christian Louboutin.

turas corporativas opuestas: "Una característica artesania, el valor del taller, el lujo tradicional. La otra es la marca de la globalización, de las tendencias, de las boutiques y de hablar fuerte", añade. "No creo que la familia Hermès vaya a ceder". Hace unos meses, el vicepresidente de la casa parisina Guillaume de Seynes -y descendiente de los fundadores- explicaba a este diario la razón del éxito durante seis generaciones: "La noción de la calidad del objeto, de buena factura. Nuestro producto representa una calidad y un valor. Su coste simboliza lo que hay detrás".

No parece que vaya a ser un último intento de fusión en un sector en concentración. PPR, que ya controla Gucci e YSL, ha adquirido la italiana Brioni. Y LVMH, con marcas como Loewe, Fendi o Givenchy, ha incorporado a Bulgari a su cartera. Este holding facturó 23.659 millones de euros en 2011 (un 16% más que en 2010) y es casi 20 veces mayor que Hermès, que el pasado ejercicio creció un 18%, en un sector que sigue en expansión gracias a los países emergentes.

No son las únicas batallas que se libran en el mundo del lujo. Christian Louboutin inició una guerra judicial sin precedentes contra Yves Saint Laurent para defender la patente de las famosas suelas rojas en sus zapatos. Un tribunal de EE UU acaba de darle la razón. Solo esta marca podrá utilizar ese color.