

Tirada: **909.397**
Difusión: **700.136**
(O.J.D)
Audiencia: **2.450.476**
(E.G.M)
Ref: **4894580**

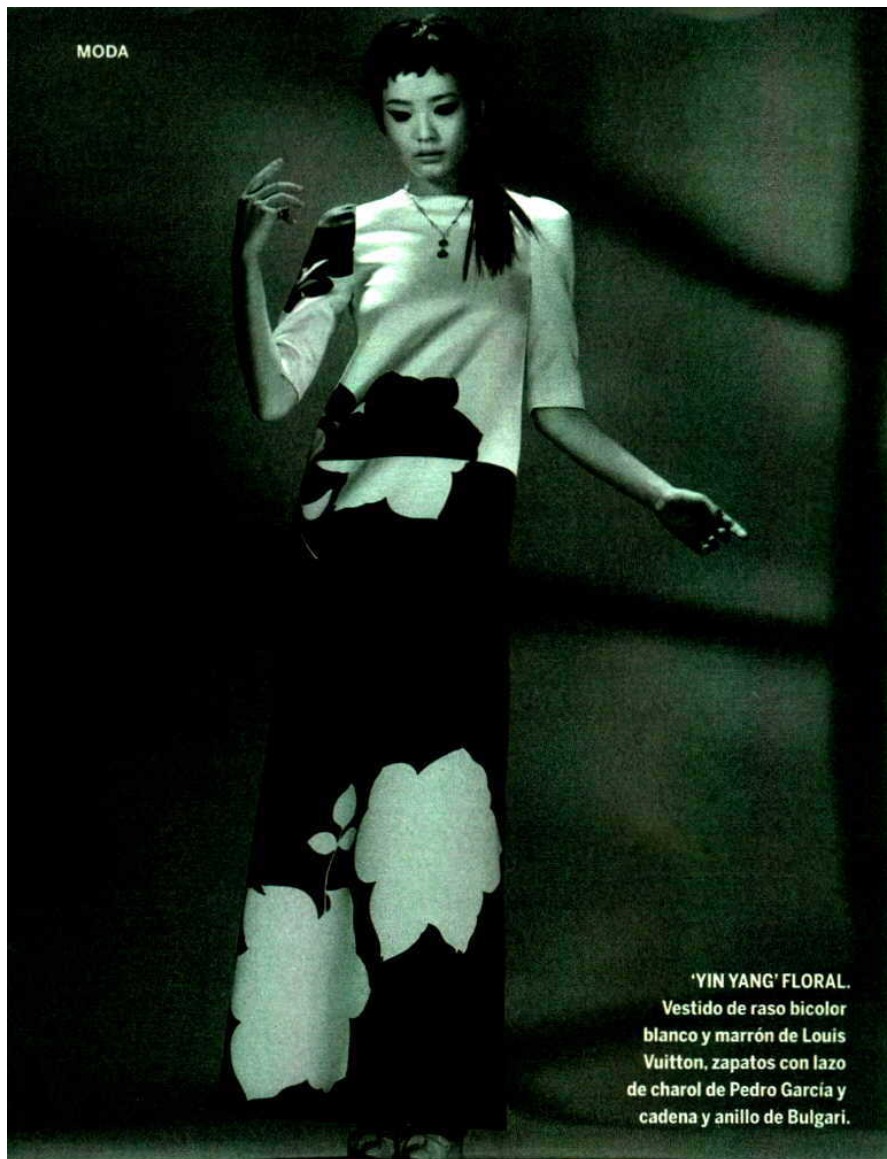
EP[S]

Nacional **Semanal**
General
1ª Edición **07/07/2013**

Superficie: **584,00 cm²**
Ocupación: **100%**
Valor: **42.540,00**
Página: **74**



1 / 1



'YIN YANG' FLORAL.
Vestido de raso bicolor
blanco y marrón de Louis
Vuitton, zapatos con lazo
de charol de Pedro García y
cadena y anillo de Bulgari.

Prada, Etro, Emilio Pucci, Carolina Herrera, Marni, Louis Vuitton. Este verano, diseñadores de todo el mundo han coincidido en rendir homenaje a la estética asiática. Una tendencia recurrente a lo largo de la historia de la moda, pero que hoy se confirma más inevitable que nunca. Cómo no volver la mirada hacia esta parte del globo cuando el 25% de los compradores de productos de lujo son chinos, y el 14%, japoneses. Solo el mercado interno de la república comunista mueve 27.000 millones de euros al año y apenas representa el 40% del gasto que sus ciudadanos realizan en este tipo de productos. El 60% restante corresponde a transacciones que efectúan como turistas en otros países, fundamentalmente europeos, según detalla el *Estudio sobre el lujo en China*, de la consultoría Bain & Company.

"Constituyen un sector tan inmenso con

un volumen de compras tan descomunal que cualquier cambio en sus ritmos o preferencias de consumo transforma el mapa global del lujo y obliga a las grandes firmas a rediseñar sus estrategias", explica Susana Campuzano, directora del curso superior de dirección y gestión estratégica del universo del lujo del IE.

Cuando una tarjeta de crédito sacude su alas en Pekín o Tokio, las capitales de la moda tiemblan. La bajada del yen, por ejemplo, ha supuesto una caída del 40% en las compras internacionales de los japoneses. "Lo que ha tenido gran gran [sic] impacto en los resultados de todo el negocio en el último cuarto de 2012", según ha declarado Jean-Jacques Guiony, director financiero de Louis Vuitton Moët Hennessy.

París, Milán y Nueva York analizan ahora

al milímetro la deceleración del mercado del lujo chino, que el año pasado solo creció un 7%, cuando en 2011 lo había hecho un 30%. Sumadas al descenso del gasto en Europa, estas cifras se han traducido en un reajuste de las previsiones de progresión global del 10% al 5%, según Campuzano.

Una de las principales causas del estancamiento chino es, en opinión de Bain & Company, la nueva política gubernamental contra la corrupción, que el pasado octubre se materializó en una serie de medidas para restringir los regalos y prebendas a responsables públicos. Los grandes conglomerados del lujo se preparan para tiempos menos ostentosos. LVMH –cuyos ingresos se redujeron coincidiendo con la normativa anticorrupción– ha decidido abrir menos tiendas, pero apostar por productos más exclusivos.

Si hace cinco años la sociedad demandaba piezas preñadas de logos como símbolo visible de estatus, una nueva generación prima hoy la sofisticación y la originalidad. Y si China cambia, el lujo cambia.

Como asegura Guiony, Asia es el gran motor de la moda. Por eso la proliferación de diseñadores con raíces chinas, coreanas o taiwanesas trasciende la improbable casualidad.

Jason Wu, recién nombrado diseñador de la división femenina de Boss de Hugo Boss; Alexander Wang, fichado en 2012 como responsable de Balenciaga; los directores creativos de Kenzo, Carol Lim y Humberto Leon; Derek Lam, Phillip Lim y Prabal Gurung conforman una poderosa generación de modistas de origen asiático. El último reto para el gigante chino es convertirse en productor. "Ya están comprando pequeñas marcas para adquirir su *know how*, crear sus propios grupos de lujo y operar con ellos en el mercado internacional", predice Campuzano. ●

El 25% de los compradores de productos de lujo son chinos, y el 14%, japoneses

INFORMACIÓN SOBRE PUNTOS DE VENTA.

Alexander Wang: www.alexanderwang.com
Bulgari: en.bulgari.com Emilio Pucci: www.emilopucci.com
Etro: www.etro.com Haider Ackerman: www.haiderackermann.be
Hermès: spain.hermes.com Louis Vuitton: www.louisvuitton.es
Miu Miu: www.miumiu.com Mugler: www.mugler.com
Pedro García: www.pedrogarcia.com
Prada: www.prada.com