

Pablo Pena González

Doctor of Art History.

Professor of Design History

for the Region of Madrid

pablopenamadrid@hotmail.com

# The demise and transfiguration of Haute Couture

**ABSTRACT:** Contrary to the prediction of Yves Saint-Laurent, Haute Couture has not died. After two decades of death throes, breathing tubes still pump life through its veins to ensure that it continues to lead luxury market advertising. Of course, this is not the state we fashion professionals, whether designers or writers, would wish for, nor do we approve of the postmodern direction that recent Haute Couture has taken, which is progressively sully rather than glorifying the profession of fashion designers. This article offers numbers, statements and reflections made by the protagonists of Parisian couture, enough to certify the debacle of the last aristocratic art in history. The text aims to prove that its aristocratic essence became the pathogen of its misfortune (democracy despises symbols of ostentation and Haute Couture is the most conspicuous of all) and that Haute Couture signed its own death sentence the day it dissociated itself from “Haute Culture.”

**KEYWORDS:** Haute Couture, contemporary fashion, French fashion.

## Couture – more haughty than haute

In fashion jargon, couture and prêt-à-porter are not the same. We use the term prêt-à-porter to refer to industrial clothing manufacture, while couture alludes to predominantly hand-tailored clothing. In short, couture is a craft and

prêt-à-porter is an industry. This article does not address the necessary, eternal and universal profession of tailoring, but rather the Parisian institution that, one day in its youth, looked in the mirror and said, “I am *haute*.” And since this article may be of interest to people outside the industry, I will begin by explaining what “haute” means as applied to couture.

*a. “Haute” means “expensive.”* Haute literally means “high” and, if we analyse it semantically, couture cannot be high any more than it could be fat. The epithet “high” was appended in a metaphorical sense, and I think this was done to mask its gory significance: high means expensive. But we do not call it Expensive Couture because it sounds too businesslike. The difficult part is determining when couture is onerous enough to be considered haute. The question is relevant, but fashion houses remain silent in embarrassment when it is put to them. In 1970, an unadorned garment was going for a minimum of 10,000 euros;<sup>1</sup> according to the economist Bernard Girard, in the 21st century this number may be four or five times higher.<sup>2</sup> However, the prices are not regulated by the Chambre Syndicale de la Haute Couture (Trade Union of Haute Couture). Didier Grumbach, president of the Fédération Française de la Couture, du Prêt-à-Porter des Couturiers et des Créateurs de Mode (French Federation of Couture, Prêt-à-Porter Couturiers and Fashion Designers), stated in 2004 that Haute Couture had become more accessible than ever

<sup>1</sup> As quoted by the journalist Corinne Jeammet. Unless otherwise indicated, all quotes appearing in the article are taken from the report by JEAMMET, C. *Une appellation réduite à 11 maisons*. Paris: Culture et Loisirs, 2007. Available online: <<http://culture.france2.fr/mode/defiles-parisiens/103405fr.php?page=accueil>>. It includes the following articles: *Les membres invités et correspondants; De 106 à 11 maisons de Haute Couture en 2008; Des critères d'obtention plus simples; Quel avenir pour la Haute Couture?; La Haute Couture a changé de positionnement (Entrevista a Didier Grumbach); Entre Haute Couture et pret-à-porter; La Haute Couture est un rêve honéroux; Des maisons et des groupes*. Also available online: <<http://culture.france2.fr/mode/defiles-parisiens/103405-fr.php?page=1> to 8>.

<sup>2</sup> GIRARD, B. *L'industrie du luxe et la Haute Couture après le départ d'Yves Saint-Laurent*, 2004. Available online: <<http://www.bernardgirard.com/BernardGirard/aligre/couture.html>>.

# Óbito y transfiguración de la Alta Costura

Pablo Pena González

Doctor en Historia del Arte.  
Profesor de Historia del Diseño  
de la Comunidad de Madrid  
pablopenamadrid@hotmail.com

RESUMEN: No ha muerto la Alta Costura en contra de la previsión de Yves Saint-Laurent. Después de dos décadas de agonía, palpita todavía conectada a tubos de oxigenación para que continúe liderando la publicidad del mercado del lujo. No es, desde luego, el estado que le deseáramos la gente de la moda, seamos modistas o escritores, ni aprobamos esa deriva postmoderna de la última Alta Costura que en vez de ensalzar la profesión del costurero la enloda progresivamente. Este artículo recoge números, declaraciones y reflexiones de los protagonistas de la costura parisina, suficientes para certificar la debacle del último arte aristocrático de la Historia. Trataremos de demostrar que su esencia aristocrática se convirtió en patógeno de su fatalidad (la democracia abomina de los símbolos de ostentación y la Alta Costura es el más conspicuo) y también que la Alta Costura firmó su sentencia el día que se disoció de la Alta Cultura.

PALABRAS CLAVE: Alta Costura, moda contemporánea, moda francesa.

## Costura más que alta, altiva

En la jerga del vestir, costura y confección no son lo mismo. Reservamos el término confección para referirnos a la confección industrial, y costura para aludir a la confección predominantemente manual. En suma, la costura es una artesanía y la confección una industria. Este artículo no versa sobre el oficio de la costura, necesario, eterno y universal, sino sobre esa

institución parisina que un día de juventud se miró al espejo y se dijo: “soy alta”. Y como es posible que este artículo interese a una persona ajena al gremio, comenzaré por explicar qué significa “alta” en una costura.

*a. “Alta” significa “cara”.* Si nos atenemos a la semántica, la costura no puede ser alta como no puede ser gorda. El epíteto “alta” se adjunta con sentido metafórico, y yo creo que lo hace para soslayar su cruento significado: alta significa cara. Pero no decimos la Cara Costura porque suena a negocio... Más difícil es saber cuándo la costura es lo bastante onerosa para ser considerada alta. La pregunta es pertinente, pero las casas de costura enmudecen avergonzadas cuando se la formulan. En 1970 se barajaba la cifra mínima de 10.000 euros para una prenda de vestir desornamentada<sup>1</sup>; según el economista Bernard Girard, en el siglo XXI esa cifra puede haberse multiplicado por cuatro o por cinco<sup>2</sup>. No obstante, los precios no están regulados por la Cámara Sindical de la Alta Costura. Didier Grumbach, presidente de la Federación Francesa de la Costura y la Confección, afirmaba en 2004 que la Alta Costura se había vuelto más asequible que nunca porque ahora los vestidos ya no se recargan necesariamente de plumas, pedrerías y bordados; y añadía que Dominique Sirop, una “alta-costurera”, restringía los precios para equiparlos a los de la confección de alto nivel<sup>3</sup>. Para que se hagan una idea, una chaqueta de confección de Chanel no suele superar los 4.000 euros.

*b. “Alta” significa “oficial”.* En Francia, el marchamo *Haute Couture* lo otorga el

<sup>1</sup> Según la periodista Corinne Jeammet. Salvo que se indique lo contrario, todas las declaraciones que aparecen en el artículo proceden del reportaje de JEAMMET, C. *Une appellation réduite à 11 maisons*. París: Culture et Loisirs, 2007. Disponible en Internet: <<http://culture.france2.fr/mode/defiles-parisiens/103405-fr.php?page=accueil>>. Comprende también los siguientes artículos: *Les membres invités et correspondants; De 106 à 11 maisons de Haute Couture en 2008; Des critères d'obtention plus simples; Quel avenir pour la Haute Couture?; La Haute Couture a changé de positionnement (Entrevista a Didier Grumbach); Entre Haute Couture et prêt-à-porter; La Haute Couture est un rêve honorable; Des maisons et des groupes*. Disponibles también en Internet: <<http://culture.france2.fr/mode/defiles-parisiens/103405-fr.php?page=1> a 8>.

<sup>2</sup> GIRARD, B. *L'industrie du luxe et la Haute Couture après le départ d'Yves Saint-Laurent*, 2004. Disponible en Internet: <<http://www.bernardgirard.com/BernardGirard/aligre/couture.html>>.

<sup>3</sup> Véase nota 1.

because now dresses are not necessarily adorned with feathers, precious stones and embroidery. He added that Dominique Sirop, a “haute-couturier”, limited prices to make them comparable with the cost of top-of-the-range prêt-à-porter clothing.<sup>3</sup> To give you an idea, a prêt-à-porter jacket by Chanel usually costs less than 4,000 euros.

*b. “Haute” means “official.”* In France, the *Haute Couture* label is granted by the Ministry of Economy, Finance and Industry through the *Chambre Syndicale de la Haute Couture*. This union is the institution responsible for assessing and evaluating your company and certifying before the Ministry that it meets the prescribed standards. Consequently, in France couture is haute when the union says so—and therefore the adjective “haute” also means “official.”

Yet, who really cares what a French trade union says? Do you know, for example, who couldn’t care less? Balenciaga. He was repeatedly invited to join the sect of haute couturiers. Naturally! Balenciaga was the most prestigious, most admired designer, the Bodhisattva of elegance and the man who taught Courrèges, Ungaro and Givenchy, all renowned designers; he also created the most expensive and exclusive outfits in Paris. Cristóbal Balenciaga must have thought the *Haute Couture* label was for those in need of recognition – something he already had in abundance.

*c. “Haute” means “artistic.”* To explain this, we must provide some historical background. Fashion history identifies Charles Frederick Worth (1825-1895) as the founder of Haute Couture, the man who turned a craft into an art form and invented catwalks as a showcasing system. Let’s go step by step:

*c1.* In the 19th century, the form of dresses was determined by three equally important factors: dialogue with the designer, models in women’s publications and the ideas and aspirations of the female clients. However, Worth made a name for himself as an artist precisely because he worked following his own imagination, his own criteria, and he designed his dress collections before they were even ordered. In other words, Worth was the first designer who was able to work like a contemporary artist, which involves the creation

of prototypes before any orders are placed. We must remember that, from Michelangelo to Tiepolo, artists primarily painted commissions; it was not until the 19th century that painting salons were opened in which artists could display proposals born of their own creative instincts and preoccupations, or of their ability to predict what would sell. Worth was the first among fashion designers to assume this role of the contemporary artist.

*c2.* Did we say salons? Following the example of painters, Worth came up with a salon to display his creations. Since clothing is not best viewed on the hanger, he invented catwalk shows with models, which have since become the quintessential showcases of fashion.

Let’s draw some conclusions. If you design before selling, if you force yourself to hit the bull’s-eye before shooting, you have to come up with a recognizable style to back up your novelties and a prestige that makes them desirable. With Worth, the craftsman tailor became an artistic couturier, and through him fashion was elevated to an art form. Since that time, we can also say that couture is haute when, ideally, it is glorified and endowed with “artisticness” by a designer who is touted as an artistic genius. Worth and his heirs were also responsible for founding the *Chambre Syndicale de la Haute Couture pour Mesdames et Mademoiselles*, which was originally intended to pursue espionage and copies.

*d. “Haute” means “Parisian.”* Until 2001 the *Chambre* standards also demanded that associated fashion houses be located in Paris as a reminder of the geographic origin of the phenomenon. Not even a house in Marseille or Biarritz could be granted the *Haute Couture* distinction.

## “Moribundia” of Haute Couture

In the year 1968, Yves Saint-Laurent dramatically announced the death of Haute Couture. Balenciaga, spiritual mentor of the brilliant artisans, closed his house in 1969. Since then, the signs of misfortune hovering over the Grande Dame of fashion have multiplied.

*a. Obituaries.* The sociologist Gilles Lipovetsky believes that Haute Couture is finished and calls it “centenarian fash-

<sup>3</sup> See endnote 1.

Ministerio de Economía, Finanzas e Industria a través de la Cámara Sindical de la Alta Costura. La Cámara es la institución encargada de estudiar y evaluar tu empresa y certificar al Ministerio que cumple con la normativa prescrita. Así, en Francia, la costura es alta cuando la Cámara así la reconoce; de modo que el adjetivo “alta” significa también “oficial”.

Pero, ¿a quién le importa lo que diga una cámara sindical francesa? ¿Saben, por ejemplo, a quién le importaba un bledo? A Balenciaga. Fue invitado reiteradamente a integrarse en la secta de los altos costureros. ¡Cómo no! Balenciaga era el diseñador más prestigioso, el más admirado, el *bodisatva* de la elegancia y el profesor de Courrèges, Ungaro y Givenchy, todos ellos diseñadores reputados; además producía los trajes más caros y exclusivos de París. Pensaría don Cristóbal que el marchamo *Haute Couture* debía ser para quienes necesitaran reconocimiento; que a él le sobraba.

c. “Alta” significa “artística”. Para explicarlo debemos hacer un poco de historia. La de la moda conviene en señalar a Charles Frederick Worth (1825-1895) como fundador de la Alta Costura, aquel que sublimó la artesanía en arte e ideó las pasarelas como sistema de exhibición. Vayamos por partes:

c1. En el siglo XIX la forma de los vestidos surgía a partes iguales del diálogo con la modista, los figurines de la prensa femenina y las ideas y aspiraciones de las clientas. Por el contrario, Worth consiguió labrarse un nombre como artista precisamente porque actuaba siguiendo su propia imaginación, su propio criterio, e ideaba sus colecciones de vestidos antes de que fueran encargados. Es decir, Worth fue el primer modista que logró trabajar como un artista contemporáneo, y esto supone la creación de prototipos antes de que se efectúe encargo alguno. Recordemos que, desde Miguel Ángel hasta Tiépolo, los artistas pintaban fundamentalmente encargos; sólo en el siglo XIX se abren salones de pintura donde exhibir propuestas nacidas de sus querencias e inquietudes creativas, o de su olfato para colegir qué se va a vender. Este papel del artista contemporáneo se lo arroga, entre los costureros y por vez primera, Worth.

c2. ¿Decíamos salones? Siguiendo el ejemplo de los pintores, Worth ingenió un salón para exhibir sus creaciones. Como la ropa luce pobremente colgada de

perchas, inventó los desfiles de maniqués, desde entonces el escaparate de la moda por antonomasia.

Extraigamos conclusiones. Si diseñas antes de vender, si te obligas a dar en la diana antes de disparar, será preciso que configures un estilo reconocible que respalde tus novedades y un prestigio que las haga deseables. Con Worth, el costurero artesano se convirtió en costurero artístico, y con él la moda fue sublimada en arte. Desde entonces también podemos decir que la costura es alta cuando, idealmente, se sublima dotándola de “artisticidad” por medio de un diseñador que es promocionado como genio artístico. También fueron Worth y sus herederos quienes en 1878 fundaron la Cámara Sindical de la Confección y la Costura para señoras y señoritas con el propósito inicial de perseguir el espionaje y las copias.

d. “Alta” significaba “parisina”. Hasta 2001 la normativa de la Cámara regulaba también que las casas se ubicaran en París a fin de recordar el origen geográfico del fenómeno. Ni siquiera se podía conceder el marchamo *Haute Couture* a una casa de Marsella o Biarritz.

## “Moribundia” de la Alta Costura

Corría el año 1968 cuando Yves Saint-Laurent anunciaba dramáticamente la muerte de la Alta Costura. Balenciaga, mentor espiritual del brillante artesanado, cierra su casa en 1969. Desde entonces, se han multiplicado los indicios de fatalidad que se ciernen sobre la gran dama de la moda.

a. *Esquelas*. El sociólogo Gilles Lipovetsky considera a la Alta Costura finiquitada al denominarla “moda centenaria”, pues su imperio se circunscribe a una centuria entre los años 1870 y 1970<sup>4</sup>; después de esta fecha, en efecto, los diseñadores de la confección son más populares e imitados que los de la costura. Didier Grumbach está de acuerdo y señala al responsable: “A mediados de los años 60, la confección industrial (*prêt-à-porter*) se vuelve decididamente creativa y comienza a desplazar a la alta costura”<sup>5</sup>. Jean-Paul Gaultier declaraba en julio de 2004: “Desde el punto de vista económico la Alta Costura es un desastre. Me encanta participar en su caída, porque, ¿a qué engañarse?, es el fin”<sup>6</sup>.

<sup>4</sup> LIPOVETSKY, G., *El imperio de lo efímero*, Barcelona: Anagrama, 1990.

<sup>5</sup> JEAMMET, C., *Entrevista a Didier Grumbach*. Véase nota 1.

<sup>6</sup> Véase nota 1.

ion,” given that its heyday is limited to the century from 1870 to 1970.<sup>4</sup> Indeed, after the latter date, prêt-à-porter designers have become more popular and more widely imitated than couturiers. Didier Grumbach agrees and identifies the guilty party: “In the mid-1960s, prêt-à-porter became decidedly creative and began to displace Haute Couture.”<sup>5</sup> In July 2004, Jean-Paul Gaultier declared, “From an economic standpoint, Haute Couture is a disaster. I love participating in its downfall because – why fool ourselves? – this is the end.”<sup>6</sup>

*b. Numbers.* At the dawn of the 20th century, Paris had 106 Haute Couture houses, including all of those that had forged the legend: Messrs. Worth, Doucet, Patou and Poiret, and Mmes. Paquin, Lanvin, Lucile, Vionnet, Schiaparelli and Chanel. After World War II ended, the number of houses dropped to 60, but rather than a crisis, this signalled the start of the Golden Age of Haute Couture, for these sixty businesses generated profits for the French state comparable to those of the automobile industry. The leaders of the industry were Dior, Chanel (again) and Balenciaga (although he was not a union member). As indicated earlier, the anaemia dates from 1970. In 1980 the sector had been reduced to 22 houses; in 1997, there were 18; and in 2002, it was down to 12. In 2007, a mere ten remained: Adeline André, Chanel, Christian Dior, Jean-Paul Gaultier, Givenchy, Christian Lacroix (which celebrated its twentieth anniversary in 2007), Emanuel Ungaro, Dominique Sirop, Franck Sorbier and Jean-Louis Scherrer.

The diminishing number of clients is always an estimated figure because couture houses refuse to provide data. Denise Dulbois of the Chambre Syndicale de la Haute Couture indicated that the number of female clients was around 3,000 in the seventies; the economist Bernard Girard estimates that clientele is now limited to a mere 250 to 300 women.<sup>7</sup>

*c. Lack of interest in the Haute Couture label.* The most recent standard regulating this label, approved in October 2001, is so liberal that hundreds of houses could boast this status today. It hardly insists that garments be hand-crafted and custom-made within the business itself, and houses are no longer required to hold two fashion shows

each year (in the last week of January and the last week of July). Likewise, they are not required to produce a minimum of 75 garments per season, nor is Paris mentioned as the location of the house’s headquarters. The web page of the French Ministry of Industry reveals the reason behind this regulatory vagueness: to allow a greater number of couturiers to be eligible for the *Haute Couture* label.<sup>8</sup> However, this measure has proven utterly useless, because it has not reversed the trend of diminishing applications. In other words, although every facility is offered, no one is requesting the label! It must be that even French couturiers no longer care about it.

*d. Invitations to designers.* Faced with the threat that such a tiny sector – only ten couture houses associated with the label – may not excite the interest of the press and public opinion, since 1997 the Chambre has adopted the custom of inviting (should we say chasing after?) prêt-à-porter designers to show their creations on the catwalk during Haute Couture Week. The need is evident, for in July 2007 only six of the ten couture houses participated in the fashion show. (Mutiny on board?) To avoid disaster, 17 supporting artists were invited: Adam Jones, Anne-Valérie Hash, Boudicca, Carven, Cathy Pill, Christophe Josse, Eymeric François, Felipe Oliveira Baptista, Gustavo Lins, Lefranc-Ferrant, Marc Le Bihan, Maurizio Galante, Nicolas Le Cauchois, On aura tout vu, Richard René, Gérard Watelet and Udo Edling. Do any of these names sound familiar? Of course not! They are the alleged new talents of high-end prêt-à-porter fashion. In past editions, Armani and Valentino opened the shows, but they did not wish to repeat the experience. In January 2008 the Spanish designer Josep Font will participate in the show.

*e. Pursuit of celebrities.* At the height of desperation to consolidate its privileged media status, Haute Couture has accepted pandering to celebrities as an unavoidable humiliation. In *The Fashion Conspiracy*, a highly entertaining gossipy exposé of the fashion industry written by the journalist Nicholas Coleridge, we read that couture houses deny this practice yet accuse their competitors of engaging in it.<sup>9</sup> At least Dior openly admits having a department of

<sup>4</sup> LIPOVETSKY, G., *El imperio de lo efímero*, Barcelona: Anagrama, 1990.

<sup>5</sup> JEAMMET, C., *Interview with Didier Grumbach*. See endnote 1.

<sup>6</sup> See endnote 1.

<sup>7</sup> See endnote 2.

<sup>8</sup> In October 2001, Christian Pierret, the French Secretary of State and Industry, approved the modifications to the regulations governing the concession of the *Haute Couture* label at the request of the Chambre Syndicale de la Haute Couture. France, Ministry of Industry: <[http://www.lsi.industrie.gouv.fr/cgi-bin/industrie/sommaire/comm/comm.cgi?COM\\_ID=784&Action=2004](http://www.lsi.industrie.gouv.fr/cgi-bin/industrie/sommaire/comm/comm.cgi?COM_ID=784&Action=2004)>.

<sup>9</sup> COLERIDGE, N., *La conspiración de la moda* (Original title: *The Fashion Conspiracy*), Barcelona: Ediciones B, p. 214.

b. *Números*. A comienzos del siglo XX París contaba con 106 casas *Haute Couture*; entre ellas, todas las que forjaron su leyenda: los caballeros Worth, Doucet, Patou y Poiret, y las damas Paquin, Lanvin, Lucile, Vionnet, Schiaparelli y Chanel. Terminada la Segunda Guerra Mundial, el número de casas se redujo a 60, pero no podemos hablar de crisis de la Alta Costura sino de Edad de Oro, porque ese medio centenar largo de empresas reportarán al Estado francés una riqueza comparable a la de la industria automovilística. Dior, de nuevo Chanel y Balenciaga (aunque no sindicado) lideraban el sector. La anemia, como hemos indicado antes, data de 1970. En 1980 el sector se había reducido a 22 casas; en 1997, a 18; en 2002, a 12; en 2007 sobreviven 10: Adeline André, Chanel, Christian Dior, Jean-Paul Gaultier, Givenchy, Christian Lacroix (que cumple veinte años en 2007), Emanuel Ungaro, Dominique Sirop, Franck Sorbier y Jean-Louis Scherrer.

La reducción de clientes siempre es una cifra estimada porque las casas de costura se niegan a proporcionar datos. Denise Dulbois, de la Cámara Sindical de la Alta Costura, cifraba en 3.000 las clientas en los años setenta; el economista Bernard Girard las reduce en nuestros días a 250 o 300 mujeres<sup>7</sup>.

c. *Desinterés por el marchamo Haute Couture*. La última normativa que lo regula, aprobada en octubre de 2001, es tan liberal que hoy podría haber cientos de casas presumiendo de poseerlo. Apenas insiste en que los productos deben confeccionarse a mano y a medida dentro de la propia empresa, pero ya no hay obligación de montar un par de desfiles al año (en la última semana de enero y en la última de julio), ni se exige un mínimo de 75 prendas por temporada, ni se menciona a París como ubicación de la casa matriz. La página digital del Ministerio de Industria francés revela el propósito de tanta vaguedad normativa: que un mayor número de costureros pueda acceder al marchamo *Haute Couture*<sup>8</sup>. Medida absolutamente infructuosa, porque no ha detenido la reducción de solicitudes. Es decir, aunque se ofrecen todas las facilidades ¡nadie solicita el marchamo! Será que incluso a los costureros franceses les trae sin cuidado.

d. *Invitaciones a diseñadores*. Ante la amenaza de que un sector tan diminuto —sólo diez casas de costura unidas con el marchamo— no excite el concurso de

la prensa y la opinión pública, desde 1997 la Cámara ha adoptado la costumbre de invitar (¿deberíamos decir perseguir?) a diseñadores procedentes de la confección industrial a desfilar en la Semana de la Alta Costura. Falta les hace, pues en julio de 2007 sólo desfilaron 6 de esas 10 casas. (¿Motín a bordo?) Para evitar el sofoco se invitó a 17 teloneros: Adam Jones, Anne-Valérie Hash, Boudicca, Carven, Cathy Pill, Christophe Josse, Eyméric François, Felipe Oliveira Baptista, Gustavo Lins, Lefranc-Ferrant, Marc Le Bihan, Maurizio Galante, Nicolas Le Cauchois, On aura tout vu, Richard René, Gérard Watelet y Udo Edling. ¿Les suena el nombre de alguno de ellos? ¡Claro que no! son los presuntos nuevos talentos de la confección industrial de alta gama. En otras ediciones también actuaron como teloneros Armani y Valentino, pero no han querido repetir. En enero de 2008 ha desfilado el diseñador español Josep Font.

e. *Persecuciones a celebrities*. En el colmo de la desesperación por consolidar su liderazgo mediático, la Alta Costura ha aceptado como una humillación inevitable la lisonja a las *celebrities*. En *La conspiración de la moda*, divertidísimo mentidero del traje escrito por el periodista Nicholas Coleridge, leemos que las casas niegan esta práctica, pero acusan a sus competidoras de hacerlo<sup>9</sup>. Bueno, Dior reconoce abiertamente que posee un departamento de famosas a las que acosa y regala vestidos.

f. *Carencia manifiesta de integridad estilística*. La creación a medida no debe implicar necesariamente el servilismo que los aficionados a la moda hemos detectado en algunos desfiles de Alta Costura. La confirmación de esta manera de actuar, tan pragmática como innoble, que llega a sancionar lo hortera como adaptación a la clientela, la explica jocosamente el mismo Coleridge:

“Hay un juego que se puede practicar durante los desfiles de Ungaro. La prensa británica, menos reverente ante Ungaro que la de otros países, suele hacerlo. El objetivo consiste en adivinar, cada vez que aparece un modelo en la pasarela, a qué sección de su público va destinado. Los indicios son el botoneado y la fuerza de los colores. Una telaraña de perlas en el cuerpo incita murmullos de ‘Bahrein’, ‘Riyadh’; mientras que un estampado en verde lima y rosa indica ‘Fort Worth’ o ‘Des Moines’<sup>10</sup>.

<sup>7</sup> Véase nota 2.

<sup>8</sup> En octubre de 2001 Christian Pierret, secretario de Estado y de Industria, aprobó las modificaciones al reglamento que regula la concesión del marchamo *Haute Couture* a petición de la Cámara Sindical de la Costura. Francia, Ministerio de Industria: <[http://www.lsi.industrie.gouv.fr/cgi-bin/industrie/sommaire/comm/comm.cgi?COM\\_ID=784&Action=2004](http://www.lsi.industrie.gouv.fr/cgi-bin/industrie/sommaire/comm/comm.cgi?COM_ID=784&Action=2004)>.

<sup>9</sup> COLERIDGE, N., *La conspiración de la moda*, Barcelona: Ediciones B, p. 214.

<sup>10</sup> COLERIDGE, N., ob. cit., p. 242.

female celebrities whom it pursues relentlessly and showers with free dresses.

*f. Evident lack of stylistic integrity.* Custom design should not necessarily involve the obsequiousness that we fashion lovers have detected in certain Haute Couture shows. The confirmation of this form of behaviour, as pragmatic as it is ignoble, which actually justifies tackiness as a need to cater to the clientele, is humorously explained by Coleridge:

“There is a game that can be played during Ungaro’s fashion shows. The British press, less reverent towards Ungaro than that of other countries, often does it. The goal is to guess, each time a model appears on the catwalk, which sector of his public the design is aimed at. The giveaways are the buttons and the vibrancy of the colours. Pearl netting on the body elicits murmurs of ‘Bahrain’ or ‘Riyadh’, while a print in lime green and pink indicates ‘Forth Worth’ or ‘Des Moines’<sup>10</sup>.

This is inevitable when the majority of Haute Couture clients are from the United States or are the wives of Arab sheiks. Each season, Jean Louis Scherrer produces around 300 pieces: 50 % of them are sold to the Middle East and 40 % go to American women.<sup>11</sup>

### Haute Couture is prejudicial to art

Haute Couture is dying, although its demise is far from languid. It is dying like aristocratic society died before the French Revolution, by turning each of its exhibitions into a carnival. And I ask myself, what feelings should this twilight inspire in me, as a fashion troubadour? Should we miss it? Who does it benefit? And above all, does it benefit art and the clothing profession? Here is my assessment. Couture does no harm to anyone, but Haute Couture (in upper case) – the official Paris-based industry, the popular standard of *true* Haute Couture, is prejudicial to the art of outward appearance and its profession. Let us review a list of its crimes.

*a. Frauds.* Poiret launched the perfume *Rosine* and linked fashion and perfumes. Designers falsely and tacitly take credit for the creation of perfumes, cosmetics and other products they know nothing about – a lie that must

catch up with them eventually. The art of dressing is being sullied because brand names are being prostituted. As a man at the service of clothing design, my reaction is indignant: what do colognes have to do with us?

*b. Chauvinism.* For France, Haute Couture represents the most glamorous facet of its identity. Sydney Toledano, president of Christian Dior Couture, gives this reason:

“If Haute Couture were to cease, we would lose the advantage over our American and Italian competitors.”<sup>12</sup> In effect, couture exists in other countries, but they lack the prestige conceded by this kind of historical legitimacy. The Fédération Française de la Couture was created in 1973, and I quote, “for the purpose of supporting Paris in its role as the international capital of creation.”<sup>13</sup>

However, this obstinate insistence on making us believe that Paris is the “international capital of creation,” which is understandable in terms of national politics, implicitly undervalues creators of other nationalities. The young designers invited to participate in Haute Couture Week are undoubtedly flattered, a bit like an actor arriving in Hollywood, but they seem to be treated as second-class citizens rather than true colleagues, which is why I previously referred to them as supporting artists. The arrangement benefits both parties – the union members because they can organise a show with numerous designers, which is attractive to the media, and the young designers because of the publicity they receive – but the hierarchy is maintained. Why do you suppose Valentino and Armani have never repeated the experience? They were already consolidated as designers, and the Paris catwalk could not offer them any benefits. Or is Milan somehow inferior to Paris? Did they feel used? Why should an Italian support the *Paris* label? And naturally, this is much more important to France than the *Haute Couture* label.

*c. Obsolescence.* The designers Béatrice Ferrant and Mario Lefranc, who were invited to the 2007 shows, believe that Haute Couture is an obsolete institution because it makes no sense to hand-sew stitches that are not even seen.<sup>14</sup> Although I am not an expert on prêt-à-porter, I understand that machines cannot completely replace manual creations. What these designers are

<sup>10</sup> COLERIDGE, N., op cit., p. 242.

<sup>11</sup> As quoted by Corinne Jeammet.

See endnote 1.

<sup>12</sup> See endnote 1.

<sup>13</sup> The federation’s functions are described in detail on the website of *Mode à Paris*: <<http://www.modeaparis.com/vf/toutsavoir/index.html>>.

<sup>14</sup> See endnote 1.

No puede ser de otro modo cuando la mayoría de las clientas de la Alta Costura proceden de los Estados Unidos o son esposas de jeques árabes. Jean Louis Scherrer produce cada temporada alrededor de 300 piezas: el 50 % las vende a Oriente Próximo y el 40 % a mujeres estadounidenses<sup>11</sup>.

## La Alta Costura es perjudicial para el arte

La *Haute Couture* agoniza, aunque no lánguidamente. Agoniza como lo hacía la sociedad aristocrática antes de la Revolución Francesa: convirtiendo cada una de sus exhibiciones en un carnaval... Y este ocaso, me pregunto, ¿qué sentimientos debe suscitar en mí, trovador de la moda? ¿Hemos de echarla de menos? ¿A quién beneficia? Y sobre todo, ¿beneficia al arte y al oficio de la ropa? He aquí mi valoración. La costura no perjudica a nadie, pero la Alta Costura, con mayúsculas, la sindicada en París, la oficial, la referencia popular de la verdadera Alta Costura, sí perjudica al arte de la apariencia y su profesión. Veamos la enumeración de sus delitos.

a. *Estafas*. Poiret lanzó el perfume *Rosine* y relacionó moda y perfumes. Los diseñadores se atribuyen falsa y tácitamente la creación de perfumes, cosméticos y otros productos que desconocen; una mentira que tiene que acabar pasando factura. Se está ensuciando el arte del vestido al prostituir los nombres comerciales. Yo, como hombre al servicio del traje, lo expreso indignado: ¿qué tendrán que ver las colonias con nosotros?

b. *Cbovinismo*. Para Francia la Alta Costura recoge el componente más glamoroso de su identidad. Sydney Toledano, presidente de Christian Dior Couture, aporta esta razón:

“Si se detiene la Alta Costura, perdemos nuestro valor añadido frente a nuestros competidores americanos e italianos”<sup>12</sup>. Efectivamente, hay costura en otros países, pero ellos carecen del prestigio que proporciona esa suerte de legitimidad histórica. La Federación Francesa de la Costura se creó en 1973, cito literalmente, “con el objeto de apoyar a París en su rol de capital internacional de la creación”<sup>13</sup>.

Sin embargo, esta obstinación por hacernos creer que París es la “capital internacional de la creación”, comprensible en

términos de política nacional, implícitamente minusvalora a los creadores de otras nacionalidades. Sin duda, los jóvenes diseñadores invitados a desfilar en la Semana de la Alta Costura se sienten halagados, un poco como el actor que llega a Hollywood, pero no parece que sean tratados como auténticos colegas sino como comprimarios; de ahí que antes los haya calificado de teloneros. El beneficio se reparte –los sindicatos porque pueden montar un espectáculo con numerosos diseñadores, atractivo para los media, y los jóvenes por la publicidad que ganan–, pero la jerarquía se mantiene. ¿Por qué, si no, Valentino y Armani nunca han repetido la experiencia? Ya estaban consagrados como diseñadores y la pasarela de París no podía aportarles nada. ¿O es que Milán es menos que París? ¿Se sintieron utilizados? ¿Por qué habría de apoyar un italiano el marchamo *París*? Y, desde luego, éste es mucho más importante para Francia que el marchamo *Haute Couture*.

c. *Obsolescencia*. Los estilistas Béatrice Ferrant y Mario Lefranc, invitados a los desfiles de 2007, consideran que la Alta Costura es una institución obsoleta porque no tiene sentido coser a mano unas puntadas que no se ven<sup>14</sup>. Aunque yo no soy un especialista de la confección industrial, comprendo que las máquinas no pueden reemplazar completamente a la fabricación manual. Lo que realmente critican estos diseñadores es la norma que exige a las empresas de Alta Costura coser a mano incluso aquello que las máquinas ya pueden hacer a las mil maravillas. Ciertamente, no tiene sentido.

¿Por qué se hace entonces? ¿Para que los humanos no olvidemos el oficio de coser? No puede ser la razón: ya hemos dicho que todo no pueden hacerlo las máquinas y por consiguiente no hay que temer el olvido de estos oficios ¿No será que a las millonarias les gusta saber que su traje lo han cosido a mano?; quiero decir como narcisismo, como vanidad o lujo íntimo. Pero esto convierte a la plantilla de la Alta Costura en una extensión del servicio doméstico de las clientas. ¿Qué papel le corresponde entonces a la Alta Costura? ¿El de agasajar los sentimientos mezquinos del público?

Cuidado porque ésta es la razón más esgrimida por la Alta Costura para legitimarse: la pervivencia del *savoir-faire* francés, en palabras de Sydney Toledano, “Sin Ella se perdería un artesanado muy especializado que comprende peluqueros,

<sup>11</sup> Según Corinne Jeammet. Véase nota 1.

<sup>12</sup> Véase nota 1.

<sup>13</sup> Las funciones de la Federación son desgranadas en la página web de *Mode à Paris*: <<http://www.modeaparis.com/vf/toutsavoir/index.html>>.

<sup>14</sup> Véase nota 1.



really criticising is the rule that requires Haute Couture companies to hand-sew even the stitches that machines can now execute with wonderful precision. It certainly doesn't make any sense.

Then why is it done? So that human beings will not forget the occupation of sewing? This can't be the reason: we have already stated that machines cannot do everything, and consequently there is no reason to fear that these skills will be forgotten. Isn't it really because millionaire women like to know that their dresses were sewn by hand – like a form of narcissism, vanity or personal luxury? But this would mean that Haute Couture workers are merely an extension of their clients' domestic staff. Then what is the mission of Haute Couture – to fête the small-minded sentiments of the public?

We must be cautious, because this is the reason that Haute Couture uses most frequently to justify its existence – the survival of French *savoir-faire*. In the words of Sydney Toledano, "Without it, we would lose a highly specialised class of craftsmen that includes hairdressers, feather arrangers, embroiderers, lace-makers, gold and silversmiths, milliners, etc."<sup>15</sup> What chauvinism, this identification of Haute Couture as the only possible couture! Could the demise of the Parisian *Chambre* truly affect an embroiderer in Madrid or a milliner in London?

*d. Stylistic insignificance.* At present, Haute Couture does not create avant-garde designs (it doesn't generate styles that are imitated or set fashion trends) or prototypes of elegance, but rather clothing entertainment. I do not know anyone who loves design and can utter words of sincere praise for the Haute Couture creations of the past twenty-five years. Today Kawakubo, Miyake, Prada or Demeleumester are more admired, and none of them create Haute Couture. Saving a few logical exceptions, recent Parisian couture has limited itself to repeating what has already been done in previous decades or joined the trend of post-modern historicism (Gaultier, Galliano, Lacroix) that converts fashion to costume, underscoring its triviality and crassness. Every once in a while, I am also amused by the shows of these designers who openly mock fashion, for it is not healthy to take it too seriously. But are you not tired of watching the arch-awarded ge-

niuses of Haute Couture make fun of fashion around the clock?

Galliano's Haute Couture, perhaps in an attempt to look young (an attribute that, translated to popular language, means colourful and eclectic, like the clothing used by teenagers), reveals itself as flamboyantly eclectic and baroque, but it is not virtuous like an architectural design by Borromini nor hermetic and ingenious like a poem by Góngora. Are historicist architects admired today? No. Then why are historicist fashion designers revered? How can one admire Galliano and Balenciaga at the same time? To put it another way, Haute Couture and high culture no longer go hand in hand as they did in the fifties and sixties. And to top it all, Haute Couture doesn't even create fashion anymore. Bernard Girard confirms my opinion in the following quote:

"The designers of prêt-à-porter, the people who design the clothing sold by Nike, Gap or Zara, are the ones who create fashion, not Christian Lacroix or Lagerfeld. The best proof of this can be found in the fact that these designers admit to seeking inspiration on the streets. But that is not where Chanel found her *tailleur* nor where Saint-Laurent found his Le Smoking tuxedo for women."<sup>16</sup>

## Beneficiaries of Haute Couture

The French economy is the primary beneficiary of the publicity generated by Haute Couture, the fuel that drives an immense luxury industry that ranges from cosmetics to champagne. However, we will first identify the benefits that Haute Couture offers its clients.

*a. The female clients: exclusivity, quality and investment.* If exclusivity is an advantage or desirable asset, we will include it in this group. A luxury dress dignifies the wearer. A king is also a king because he dresses like one. "When men marry young girls, they buy them Haute Couture to make them look like ladies," said Hebe Dorsey of Christian Dior.<sup>17</sup> The designer Christian Lacroix explains that, in a globalised world, there are women who seek out Haute Couture dresses as a symbol of individuality.<sup>18</sup> In addition, Haute Couture creations are custom-made in every sense of the word. The outfit is crafted according to

<sup>15</sup> See endnote 1.

<sup>16</sup> See endnote 2.

<sup>17</sup> COLERIDGE, *op. cit.*, p. 220.

<sup>18</sup> See endnote 1.

plumeros, bordadores, encajeros, orfebres, sombrereros, etc.”<sup>15</sup> ¿Qué chovinismo en esta identificación de la *Haute Couture* con la única costura posible! ¿Puede afectar el cierre de la Cámara parisina a una bordadora madrileña o a una sombrerera londinense?

*d. Intrascendencia estilística.* En la actualidad la Alta Costura no hace diseño de vanguardia (no genera imitación indumentaria, no hace moda) ni prototipos de elegancia, sino espectáculo vestimentario. No conozco a nadie que ame el diseño y encuentre palabras de sincero elogio para las creaciones de la Alta Costura de los últimos veinticinco años. Hoy obtienen más admiración Kawakubo, Miyake, Prada o Demeleumester, y ninguno de ellos hace Alta Costura. Salvando excepciones lógicas, la última costura parisina se ha limitado a repetir lo que ya se había hecho en décadas anteriores, o se ha apuntado al historicismo postmoderno (Gaultier, Galliano, Lacroix), que convierte a la moda en disfraz, subrayando su trivialidad y su necesidad. De vez en cuando también a mí me divierten los desfiles de estos diseñadores que se mofan abiertamente del vestir, que tampoco es bueno tomárselo demasiado en serio. Pero ¿no les agota a ustedes que los archipremiados genios de la Alta Costura se cachondeen de la moda las veinticuatro horas del día?

La Alta Costura de Galliano, quizás tratando de resultar joven (atributo que traducido a lenguaje popular significa colorida y ecléctica, como la ropa de los adolescentes), se muestra aparatosamente ecléctica y barroca; pero no virtuosa como una arquitectura de Borromini, ni hermética e ingeniosa como un poema de Góngora. ¿Son admirados hoy en día los arquitectos historicistas? No. ¿Por qué se admira entonces a un diseñador de moda que lo sea? ¿Cómo se puede admirar al mismo tiempo a Galliano y a Balenciaga? Dicho de otro modo, la Alta Costura y la Alta Cultura no van ya de la mano como lo hacían en los años 50 y 60. Y, para colmo, la Alta Costura ya ni siquiera crea moda. Bernard Girard me da la razón en esta cita:

“Los diseñadores de la confección, la gente que diseña la ropa que vende Nike, Gap o Zara, son los que hacen la moda, no Christian Lacroix o Lagerfeld. La mejor prueba la tenemos en que esos diseñadores explican que buscan su inspiración en la calle. Pero no es allí donde

Chanel encontró su *tailleur* ni Saint-Laurent su esmoquin femenino”<sup>16</sup>.

## Beneficiarios de la Alta Costura

La economía francesa es la gran beneficiaria del aporte publicitario de la Alta Costura, sustento de toda una industria del lujo que abarca desde los cosméticos hasta el champán. Sin embargo, distinguiremos primero los beneficios que la Alta Costura ofrece a sus clientes.

*a. Las clientas: exclusividad, calidad e inversión.* Si la exclusividad es una ventaja o un bien deseable, la colocaremos en este grupo. Los vestidos lujosos dignifican a su portador. Un rey es un rey también porque viste como un rey. “Los hombres cuando se casan con jovencitas les compran Alta Costura para que parezcan damas”, dice Hebe Dorsey de Christian Dior<sup>17</sup>. El diseñador Christian Lacroix explica que en un mundo globalizado hay mujeres que buscan los vestidos de Alta Costura como un signo de individualidad<sup>18</sup>. Además, los trajes de la Alta Costura son trajes a medida y lo son en todos los sentidos. El traje se elabora con criterios anatómicos ajustados al cuerpo de la clienta, pero también ajustados a sus criterios estéticos. Prácticamente todos los modelos son rediseñados por y para la clienta. Súmese a esto su valor de cambio. Cualquier millonaria puede justificarse la compra de Alta Costura como coleccionismo artístico y, además, ya son numerosos los países que admiten los trueques de impuestos por vestidos.

*b. Las casas: ¿consagración?* El marchamo *Haute Couture* deifica a la marca y la consagra gracias a su portentoso aparato publicitario... No debe de ser para tanto cuando, como antes explicábamos, nadie solicita el marchamo aunque con la nueva normativa lo den regalado. El estilista Gustavo Lins subraya la visibilidad que le ha remunerado su participación en los desfiles de enero de 2007: “En los seis meses siguientes, nuestras ventas han aumentado un 70 %”<sup>19</sup>. No nos dejemos engañar; un 70 % cuando se parte de cero no es mucho; es, simplemente, empezar. El presidente de la Federación, el ya citado Didier Grumbach, afirmaba en 2004: “Ralph Rucci no era nadie ni siquiera en su país hasta que fue invitado por la Cámara a desfilarse en París con una colección de costura [...] La Alta Costura posee el poder de institucionalizar una marca y

<sup>15</sup> Véase nota 1.

<sup>16</sup> Véase nota 2.

<sup>17</sup> COLERIDGE, ob. cit., p. 220.

<sup>18</sup> Véase nota 1.

<sup>19</sup> Véase nota 1.

anatomical criteria to perfectly suit the client's body, but it is also designed to suit their aesthetic criteria. Practically every model is redesigned by and for the client. Add to this its trading value. Any millionairess can justify the purchase of Haute Couture as an artistic collector's item; moreover, numerous countries now accept designer dresses in lieu of certain taxes.

*b. The houses: consecration?* The *Haute Couture* label deifies the brand name and consecrates it thanks to its powerful publicity mechanisms. It must not be all that important when, as explained earlier, no one requests the label even after the new regulations have made it easier to obtain. The designer Gustavo Lins underscores the visibility that his participation in the January 2007 shows afforded him: "In the six following months, our sales increased by 70 %."<sup>19</sup> Let's not be fooled: a 70 % increase starting from zero isn't that big a deal, it is merely getting a start. The president of the federation, the aforementioned Didier Grumbach, stated in 2004: "Ralph Rucci was a nobody, even in his own country, until the Chambre invited him to bring a couture collection to the Paris catwalk [...] Haute Couture has the ability to turn a brand name into an institution and make it immortal"<sup>20</sup>. Does he really believe that? And who is this Rucci guy he calls immortal? Does anyone know him?

### The transfiguration of haute couture: the super-beneficiaries

Today the *Haute Couture* houses have no other commercial basis than that of serving as sustenance for the publicity of their trademark licenses. To put it more clearly: Haute Couture houses continue to hold fashion shows so that their legendary names will not lose the trading value that history has provided them. To sell perfumes at Christmas and on airplanes, and to keep people believing that the cologne is good, glamorous and distinguished because the box says "Yves Saint-Laurent", the sewing must go on; the mystique of the name comes from the mystique of the original creator of the couture house. Pierre Cardin has been the paradigmatic house in this sense: it has managed to sell 800 licenses with the PC logo, and items

from yachts to lighters are now marketed under this brand name.<sup>21</sup>

The protagonists of Haute Couture do not hide this fact. Pierre Bergé, the business brains of Yves Saint-Laurent, says that Haute Couture "is part of our advertising budget."<sup>22</sup> Françoise Montenay of Chanel avers that Haute Couture is an image for the trademark.<sup>23</sup> (And Chanel is one of the rare houses that reports profits from its couture production.) Donald Potard of Gaultier insists, "We must not be hypocrites; Haute Couture is useful to us for selling colognes and all the rest."<sup>24</sup> But the supreme and insurmountable reason why this is so is once again provided by the federation's president, Didier Grumbach: "A Haute Couture collection costs infinitely less than an international advertising campaign, and the media coverage it affords is incomparable."<sup>25</sup> Therefore, it should not surprise anyone that Dior and Chanel hold fashion shows that cost between one and four million euros to organise<sup>26</sup> – they know they will be seen around the world, saving them from having to pay for television advertisements. Jean-Pierre Debu, the general director of Christian Lacroix, considers Haute Couture "a formidable marketing tool"<sup>27</sup>.

In short, Haute Couture is the figurehead for the publicity machine of the industry that answers to the name of the "luxury market." According to Merry Lynch, this market is shared by the United States (25 %), Japan (20 %) and France (10 %). Germany, Italy, the United Kingdom, Hong Kong and the Middle East account for 4 %. The most important luxury goods groups are the following:

LVMH (Louis Vuitton Moët Hennessy), directed by Bernard Arnault and headquartered in France. In addition to the champagne brands Moët and Veuve Clicquot, the watch brands TAG Heuer and Chaumet and the Paris department stores Le Bon Marché and La Samaritaine, this group includes the following fashion labels: Givenchy, Louis Vuitton, Céline, Kenzo, Fendi, Emilio Pucci, Donna Karan, Marc Jacobs, Loewe, Thomas Pink and Berluti. Christian Dior is an affiliate of this financial giant.

Richemont, a Swiss group specialised in jewellery and watches. It also owns Chloe, Old England and Shanghai Tang.

PFR, a French group directed by François-Henri Pinault. It owns Gucci,

<sup>19</sup> See endnote 1.

<sup>20</sup> See endnote 1.

<sup>21</sup> Didier Grumbach asserts that, since the 1990s, Haute Couture companies tend to buy back their licenses for their own exploitation (see endnote 1).

<sup>22</sup> COLERIDGE, op. cit., p. 213.

<sup>23</sup> Karl Lagerfeld, a designer for Chanel, defends the house's couture because they have a real client base. They even had to open a new workshop in 2003. The Haute Couture division of Chanel employs 120 people at its workshops, and another 50 for its fashion shows.

<sup>24</sup> See endnote 1.

<sup>25</sup> See endnote 1.

<sup>26</sup> GRANDAHAM, Sabine y MARCELIN, Caroline, *La Haute Couture en fin de défilé*. Courier International, 2005. Available online: <<http://courrierinternational.com/article/.asp?obj>>.

<sup>27</sup> See endnote 1.

de volverla inmortal<sup>20</sup>. ¿Lo cree realmente? ¿Pero quién es ese Rucci al que llama inmortal? ¿Alguien lo conoce?

## Transfiguración de la Alta Costura: los super-beneficiarios

Hoy en día las casas *Haute Couture* carecen de otro fundamento empresarial que el de sustentar la publicidad de sus licencias de marca. Más claro: las casas de Alta Costura siguen montando desfiles para que sus legendarios nombres no pierdan el valor de cambio que la historia les ha proporcionado. Para vender perfumes en Navidad y en los aviones, y que la gente siga creyendo que la colonia es buena, glamurosa y distinguida porque el cartón reza “Yves Saint-Laurent”, hay que seguir co-siendo; la mística del nombre procede de la mística del creador original de la casa de costura. Pierre Cardin ha sido la casa paradigmática en este sentido: llegó a vender 800 licencias con el logo PC; se fabricaban desde yates hasta mecheros<sup>21</sup>.

Los protagonistas de la Alta Costura no ocultan este hecho. Pierre Bergé, cerebro comercial de Yves Saint-Laurent, dice de la Alta Costura que “forma parte de nuestro presupuesto publicitario”<sup>22</sup>. Françoise Montenay, de Chanel, asevera que la Alta Costura es una imagen para la marca<sup>23</sup>. (Y eso que Chanel es una de las raras casas que reporta beneficios por su producción de costura.) Donald Potard, de Gaultier, insiste: “No hay que ser hipócritas, la Alta Costura nos sirve para vender colonias y lo demás”<sup>24</sup>. Pero la razón absoluta e insuperable de que esto es así la da de nuevo el presidente de la Federación, Didier Grumbach: “Una colección de Alta Costura cuesta infinitamente menos que una campaña de publicidad internacional, y su repercusión mediática es incomparable”<sup>25</sup>. Nadie se extraña entonces de que Dior y Chanel monten desfiles cuya organización cuesta entre uno y cuatro millones de euros<sup>26</sup>: saben que se verán en todo el mundo y así se ahorran pagar anuncios televisivos. Jean-Pierre Debu, director general de Christian Lacroix considera a la Alta Costura “un formidable instrumento de marketing”<sup>27</sup>.

En suma, la Alta Costura es la cabeza del aparato publicitario de esa industria que atiende al nombre de “mercado del lujo”. Según Meryll Lynch, éste se reparte entre Estados Unidos (25 %), Japón (20 %) y Francia (10 %). Alemania, Italia,

Reino Unido, Hong Kong y Medio Oriente suman un 4 %. Los grupos del lujo más importantes son los siguientes:

LVMH (Louis Vuitton Moët Hennessy), dirigido por Bernard Arnault y domiciliado en Francia. Además de las marcas de champán Moët y Veuve Clicquot, los relojes TAG Heuer y Chaumet y los grandes almacenes de París Le Bon Marché y La Samaritaine, reúnen las siguientes firmas de moda: Givenchy, Louis Vuitton, Céline, Kenzo, Fendi, Emilio Pucci, Donna Karan, Marc Jacobs, Loewe, Thomas Pink, Berluti. Christian Dior es filial de este coloso financiero.

Richemont, grupo suizo especializado en joyas y relojes. Posee también Chloe, Old England y Shanghai Tang.

PFR, grupo francés dirigido por François-Henri Pinault. Le pertenecen Gucci, Yves Saint-Laurent, Balenciaga, Bottega Veneta, Alexander McQueen y Stella McCartney; asimismo la joyería Boucheron, los almacenes Printemps y la Fnac.

Chanel constituye la excepción que confirma la regla. No cotiza en bolsa y desde 1924 pertenece a la familia Wertheimer. Christian Lacroix y Emmanuel Ungaro fueron compradas por los grupos norteamericanos Falic y AIMZ, respectivamente.

## Por qué se ha transfigurado la Alta Costura

Visto que muerta no está, sino transfigurada, habrá que preguntarse cómo ha llegado la Alta Costura a desempeñar un rol tan bajo.

*a. Diversidad del gasto lúdico.* Cada vez gastamos menos en ropa, porque hay más en qué gastar. Bernard Girard explica que cada vez gastamos una proporción menor de nuestro sueldo en ropa porque la oferta de lujo y ocio se ha multiplicado hasta el infinito: “Por el precio de un vestido de Alta Costura, una mujer puede costearse un fin de semana en Nueva York yendo en Concorde y vestida elegantemente de Armani”<sup>28</sup>.

*b. El engorro de las pruebas.* Sí, las pruebas: tiempo, paciencia y más dinero. Un vestido de noche precisa hasta dieciséis pruebas y tendrás que ir a París a que te las hagan, salvo que seas una clienta verdaderamente descomunal y les salga rentable enviarte una *vendeuse* a tu propia ciudad. Añade gastos de desplaza-

<sup>20</sup> Véase nota 1.

<sup>21</sup> Didier Grumbach afirma que desde los años 90 las empresas de Alta Costura tienden a recomprar sus licencias para explotarlas por sí mismas (véase nota 1).

<sup>22</sup> COLERIDGE, ob. cit., p. 213.

<sup>23</sup> Karl Lagerfeld, diseñador de Chanel, defiende su costura porque posee una verdadera clientela. Incluso tuvieron que abrir un nuevo taller en 2003. La sección Alta Costura de Chanel emplea a 120 personas en sus talleres, a las que se añaden 50 en los desfiles.

<sup>24</sup> Véase nota 1.

<sup>25</sup> Véase nota 1.

<sup>26</sup> GRANDAHAM, Sabine y MARCELIN, Caroline, *La Haute Couture en fin de défilé*. Courier International, 2005. Disponible en Internet: <<http://courrierinternational.com/article/asp?obj>>.

<sup>27</sup> Véase nota 1.

<sup>28</sup> Véase nota 2.

Yves Saint-Laurent, Balenciaga, Bottega Veneta, Alexander McQueen and Stella McCartney, as well as the jewellers Boucheron, the Printemps stores and the Fnac chain.

Chanel is the exception that proves the rule. It is not listed on the stock exchange and has been owned by the Wertheimer family since 1924. Christian Lacroix and Emmanuel Ungaro were taken over by the North American groups Falic and AIMZ, respectively.

### Why Haute Couture has been transfigured

Having ascertained that it is not dead, but rather transfigured, we must ask ourselves how Haute Couture has come to play such a minor role.

*a. Diversity of recreational spending.* We spend increasingly less money on clothing, because there are more things to spend it on. Bernard Girar explains that we spend an increasingly smaller fraction of our income on clothes because the supply of luxury and entertainment options has multiplied exponentially: “For the price of a Haute Couture dress, a woman can pay for a weekend in New York, flying on Concord and elegantly dressed in Armani”<sup>28</sup>.

*b. The hassle of fittings.* Yes, the fittings: time, patience and more money. An evening gown requires as many as sixteen fittings, and you must go to Paris to do them, unless you are a truly extraordinary client and sending a *vendeuse* to your native city is worth their while. To this you must add travel and accommodation expenses. And you deny yourself the pleasure of an instant purchase!

*c. Democratic culture.* Though some may think me naïve, I firmly believe this is true: women have stopped wearing Haute Couture because democracy has become established, and a well-established democracy tends to generate a kind of repugnance towards all things aristocratic. In addition to being considered vulgar, aristocratic signs, the trappings of ostentation, are perceived as the presumption of an injustice. You know what I mean: we will always come across homeless people in the street whose mere presence unsettles ostentation. The unveiled luxury of large cars, furs or feathers seems suspicious in a society that encourages meritocracy. Mario Puzo began *The Godfather* with a famous quote: “Behind every great fortune there is a crime.” And fashion history knows that in the olden days even the wealthiest bourgeoisie could not wear anything other than plain black garments combined with limpid, spotless white shirts, in order to protect their moral rectitude with symbols of austerity. The Queen of Spain dresses like a businesswoman to show us that she works; even queens are expected to value moderation over ostentation.

*d. Youth culture.* First the hippies, and later the punks and other urban tribes, developed their material culture by specifically targeting and denouncing aristocratic trappings and replacing ostentation with humble icons such as tousled hairstyles and T-shirts. Youth culture has buried Haute Couture, because it is hard for a young girl used to wearing second-hand knits and threadbare jeans to suddenly develop a taste for Haute Couture when she reaches adulthood – much less high-end furs and leathers, which were the first to fall.

<sup>28</sup> See endnote 2.

miento y hoteles. ¡Y te privas del placer de la compra inmediata!

c. *La cultura democrática*. Creo firmemente lo siguiente, aunque me tachen de ingenuo: la mujer ha dejado de vestir Alta Costura porque se ha consolidado la democracia, y una democracia bien asumida tiende a generar una cierta repugnancia hacia lo aristocrático. Los signos aristocráticos, los signos de ostentación, además de considerarse vulgares, se perciben como la presunción de una injusticia. Ya saben: siempre vamos a encontrar indigentes por la calle que con su mera presencia incomoden a la ostentación. El lujo descarnado de los grandes coches, las pieles o las plumas resulta sospechoso en una sociedad que fomenta la meritocracia. Mario Puzo encabezaba *El Padrino* con una cita célebre: “Detrás de cada gran fortuna, siempre hay un crimen”. Y la Historia de la Moda sabe que antiguamente incluso los burgueses más pudientes no vestían otra cosa que austeras ropas negras combinadas con límpidas e inmaculadas camisas blancas, a fin de proteger su solidez moral con símbolos de austeridad. La Reina de España viste como una ejecutiva para comunicarnos que trabaja; incluso a las reinas se les exige comedimiento antes que ostentación.

d. *La cultura juvenil*. Los *hippies*, después los *punkies* y el resto de tribus urbanas, desarrollaron su cultura material denunciando con precisión los signos aristocráticos y sustituyendo la ostentación por iconos humildes como las greñas y las camisetas. La moda juvenil ha sepultado la Alta Costura porque es difícil que una

joven acostumbrada a vestir punto reciclado y vaqueros raídos llegue a asumir, cuando se vuelva adulta, la Alta Costura. No digamos ya la alta peletería, que ha sido la primera en caer.

## Bibliografía

Además de las referencias consignadas en las notas al final, merecen atención los siguientes artículos:

Brief History of the Haute Couture. [en línea]. *Fashion Era*. Disponible en Internet: <[fashion-era.com/chambresindycalc.html](http://fashion-era.com/chambresindycalc.html)>.

GEORGE, A., *Haute Couture is Dead, Get Beauty Tips*, [en línea] 2006. Disponible en Internet: <<http://www.getbeautytips.com/Articles/DeadCouture.php>>.

GRANDIO, S., *La alta costura cada vez se vende menos*, [en línea]. Telecinco, 2005. Disponible en Internet: <[http://www.informativos.telecinco.es/alta/costura/crisis/dn\\_8278.html](http://www.informativos.telecinco.es/alta/costura/crisis/dn_8278.html)>.

MERCIER, A., *Défilés: la Haute Couture compte ses pertes*, [en línea]. Linternaute, 2005. Disponible en Internet: <<http://www.linternaute.com/femmes/actu/04/0707/defiles.shtml>>.

MUNÓZ-LEDO, E., *El prêt-à-porter, salvavidas de la alta costura*, [en línea]. Milenio Diario, 2005. Disponible en Internet: <<http://francia.org.mx/moda/pretaporter.htm>>.

OLIVEAU, D., *La alta costura salvada por el prêt-à-porter*, [en línea]. L'Expansion, 2004. Disponible en Internet: <[lexpansion.com](http://lexpansion.com)>.