



LOUIS VUITTON

www.louisvuitton.com

Louis Vuitton, una marca sinónimo de viajes en primera clase, de productos de lujo y moda destacada, fue fundada cuando Vuitton (1821-1892) inició su carrera como fabricante de maletas y baúles en el siglo XIX. Fue asignado como *layetier*, o experto en equipaje de viaje, a Eugénie de Montijo, la esposa de Napoleón III, lo cual lo puso al servicio del *haut monde* europeo. Abrió su propia tienda en 1854, la Maison Louis Vuitton en la Rue Neuve des Capucines, en París, cuando empezó a diseñar su propia colección de equipaje.

Tras la muerte de Vuitton en 1892, la administración de la empresa pasó a manos de su hijo George. En 1896, se presentó el legendario Monogram Canvas, y muchos otros bolsos destacados le siguieron un siglo después: el bolso Steamer en 1901, el bolso Valise en 1923, el bolso Keepall en 1924 (antecesor de los *totes* de fin de semana), el bolso Car en 1925 y el bolso Noé en 1932. En 1987, la empresa se fusionó con el grupo de fabricantes de champán Moët Hennessy, dirigido por Bernard Arnault, para formar uno de los conglomerados de lujo más poderosos del mundo. Patrick Louis Vuitton, bisnieto del fundador, es el presidente de la empresa.

En 1997, Louis Vuitton se amplió para incluir ropa femenina de *prêt-à-porter*. Marc Jacobs (v. p. 196) fue designado responsable de la marca, a la que dio un enfoque comercial con mucha personalidad. Contrató a Stephen Sprouse, que diseñó el bolso Graffiti en 2001, y, en 2003, el diseñador Takashi Murakami creó la línea de bolsos Love, que generó 300 millones de dólares en ventas.

◀ **Un espléndido festín de lo *boudoir kitsch* y lo chino en la colección primavera/verano 2011 de Marc Jacobs.**

1938 Un anuncio para una colección de equipaje Louis Vuitton –baúl, sombrerero y maleta– muestra el característico diseño Monogram presentado por primera vez en 1896.

Cuando aumentaron la popularidad y la accesibilidad de los viajes a finales del siglo XIX, también se incrementó la demanda del equipaje de moda. En respuesta a la demanda, Louis Vuitton creó el baúl rectangular, reemplazando así a los redondeados (abombados para permitir que la lluvia se deslizase por los laterales) que se usaban antes. Vuitton instaló una lona en el exterior del baúl de madera, después la cubrió con una capa de laca para impermeabilizarla y, a continuación, añadió duelas, adornos y accesorios. Fue diseñada para que resultara más fácil de apilar y desplazar, y sentó las bases del éxito de la marca. Otros fabricantes de equipaje empezaron a copiar el estilo del diseñador y, en 1888, Vuitton trató de proteger sus diseños mediante la creación de una lona con el patrón Damier tipo tablero de ajedrez, que llevaba un logotipo que decía *marque L. Vuitton déposée* (o «marca registrada L. Vuitton»). A partir de 1901, la empresa empezó a añadir a la gama de equipaje otras piezas más pequeñas.



1968 El icono de la moda Audrey Hepburn lleva un bolso Louis Vuitton. Hepburn popularizó la marca a raíz de la colocación del producto en *Charada* (1963), la película hollywoodiense de espías dirigida por Stanley Donen.

En 1959, la clásica lona con el logotipo estampado se usó para crear pequeños bolsos de mano que complementarían los artículos de equipaje: el bolso Steamer desde 1901, el Keepall (similar a un bolso marinero) desde 1924 (ambos determinaron el diseño de los *totes* y bolsos de viaje posteriores) y el bolso Noé, diseñado en 1932 para sostener cinco botellas de champán previamente fabricadas por la empresa. Durante los años sesenta, la logomanía aún tendría que esperar hasta los ochenta para alcanzar su máximo apogeo. Sin embargo, tras el apoyo inicial de algunas celebridades, los iniciadores de moda ya estaban impacientes por procurarse ciertos símbolos de categoría: el mocasín Gucci, el pañuelo Hermès, el bolso Kelly y el bolso de mano Vuitton. El bolso se identificaba mediante su *griffe* (una palabra francesa que significa «zarpa» o «garra» y se usó para definir una prestigiosa marca), que constaba de las iniciales «LV» entrecruzadas y un diamante beis curvado con cuadrifolia y su opuesto, un círculo beis con flor cuadrifolia insertada.

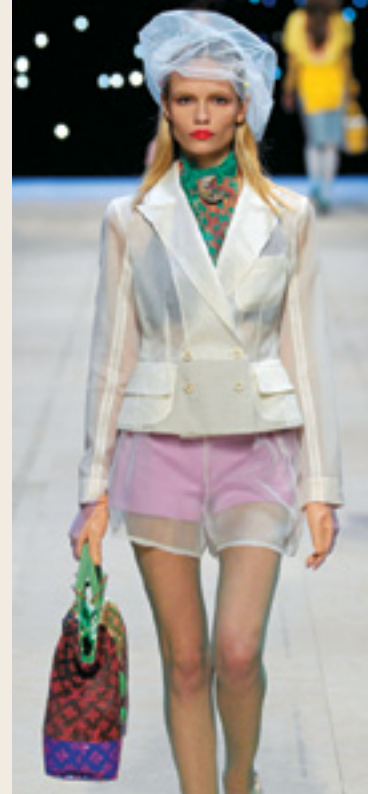
1998 La primera colección del diseñador estadounidense Marc Jacobs.

Esta camisa blanca holgada y discreta con una falda sencilla por debajo de la rodilla ejemplifica el sutil acercamiento de Jacob al diseño para una marca de reconocida categoría: la primera colección *prêt-à-porter* de la marca Louis Vuitton en sus 144 años de existencia. La colección restringía el monograma LV a una sola bandolera en blanco sobre blanco y comprendía finas prendas de cachemira y abrigos gomosos de color blanco, negro y gris perla.



2004 Tartán y tweed aparecen en una colección gótica de las Tierras Altas de Escocia.

El abrigo de tweed con cuadros ventana y un pañuelo de piel endentado que luce la cuadrifolia LV lleva mangas cortadas al bias para encajar a la perfección, una cintura muy entallada y dos bolsillos de plastrón en la cadera, una silueta duplicada en tartán rojo forrado de piel. En el resto de la colección, el tartán se refuerce en un top de hombro caído a juego con un corpiño de raso negro. Unos bombachos de terciopelo se conjuntan con un suéter de puntilla color limón o con una chaqueta corta azul sajonia de múltiples botones.



2009 Vestidos de cóctel fruncidos y con volantes se estilan en terciopelo y con cintas.

La seda satinada negra y azul marino aparece en pliegues fruncidos y recogidos que dan forma a un vestido ceñido con un dobladillo abombado y hombros exagerados.



2010 El decoro afeminado en faldas con vuelo y prendas de punto entalladas de la mano de Marc Jacobs.

Una falda acampanada a media pierna estilo remolino y un corpiño de punto texturizado y entallado, con lentejuelas incrustadas, llevan la forma de diábolo a la pasarela.



2001 La marca Louis Vuitton se moderniza con lonas de estampado tipo grafiti para dotar a lo street cool de cierta categoría, creando así una prenda indispensable para el nuevo milenio.

El grafiti, actividad otrora subversiva, se ha elevado a arte de la mano de practicantes como Keith Haring y Jean-Michel Basquiat, que inspiran al diseñador neoyorquino Stephen Sprouse a incorporar etiquetas, plantillas y otros objetos de la vida urbana y la cultura de la calle en su primera colección de modas en 1984. En 2001, recibió una invitación de Marc Jacobs para llevar su enfoque *underground* al diseño de un bolso de mano; el resultado fue el icónico bolso Graffiti, que ha generado un millón de copias. El grafiti también aparece en guantes de ópera en una colección que sostuvo la fama de Jacob como explorador de eclécticas fuentes de inspiración. Presenta las faldas de vuelo estilo años cincuenta con un estampado gráfico de rosa; trajes pantalón y falda de dos piezas en color caqui y crema con ornamentación militar, y austeros *shorts* deportivos muy cortos con un modesto cuello de tortuga. Una falda en color camel con dobladillo de cordón va conjuntada con un top de rosa impactante.



2008 Una colección primavera/verano ecléctica y juguetona en colores irisados.

El organdi de seda va esculpido en una chaqueta meticulosamente cruzada, con costuras ribeteadas que perfilan la hechura, sobre una falda igual de transparente, *shorts* rosas y un top turquesa (la cuadrifolia LV, cortada con láser). Unas traviesas enfermeras de noche, con negras máscaras de encaje y vestidos sin tirantes en seda marmórea bajo abrigos de plástico, abren una colección variopinta que incluye prendas de punto de lamé, faldas tubo y trincheras de gazar.

