

Grife de Saint Laurent continua forte

Christina Passariello

O mundo da moda está de luto pelo designer Yves Saint Laurent, mas os negócios na empresa que ele criou vão muito bem.

Saint Laurent morreu no domingo, aos 71 anos, em sua casa de Paris, depois de lutar contra um câncer no cérebro por um ano. A marca Yves Saint Laurent - hoje parte da Gucci Group, divisão de produtos de luxo do conglomerado francês PPR SA segue em frente.

Saint Laurent teve problemas de saúde por muitos anos o que o obrigou a planejar sua sucessão muito antes de chegar à idade de se aposentar. Há pelo menos 20 anos, ele e seu sócio, Pierre Bergé, trouxeram investidores externos para ter certeza que a casa sobreviveria ao seu fundador. Saint Laurent recebeu aplausos na passarela pela última vez em 2002.

"Yves era um tesouro francês vivo", diz Pamela Golbin, curadora-chefe do Museu da Moda e do Tecido, em Paris. Mas designers legendários também podem atrapalhar o desenvolvimento de uma marca, diz Golbin. "Assim que o fundador não esteja mais lá, é fácil dissociar o nome da marca da pessoa", diz ela.

O reconhecimento de Saint Laurent da sua mortalidade logo cedo é algo raro numa indústria cujas marcas mais celebradas estão nas mãos criativas de designers mais velhos. Karl Lagerfeld, que está com mais de 70 anos, tem desenhado com sucesso para a Chanel e para a Fendi há décadas e não dá sinais de que vá se aposentar muito em breve. Giorgio Armani, de 73 anos, tem resistido a definir planos de sucessão para o seu império de moda.

Saint Laurent começou sua carreira em 1957, com 21 anos, como assistente do costureiro Christian Dior. Dior morreu inesperadamente e Saint Laurent foi promovido para substituí-lo. "Ele entendia de sucessão melhor do que ninguém" por ter assumido o lugar de Dior, diz Golbin.

Cinco anos mais tarde, Saint Laurent fundou a marca com seu nome, junto com Bergé. Como nenhum dos dois tinha herdeiros, decidiram vender uma participação ao financista italiano Carlo De Benedetti, em 1986, na esperança de que o apoio dele ajudasse a amadurecer a empresa familiar.

Dez anos atrás, Saint Laurent começou a se retirar dos negócios. Escolheu o designer Alber Elbaz para fazer as coleções prêt-à-porter. No ano seguinte, a gigante farmacêutica Sanofi SA, que havia adquirido a participação majoritária da companhia em 1993, vendeu a marca para o Gucci Group.

Os novos donos da Yves Saint Laurent abriram lojas da marca, lançaram perfumes e aumentaram sua publicidade. Mesmo assim os prejuízos da maison de moda se acumulavam. Em 2004, o Gucci Group contratou Pilati como designer-chefe e mais tarde instalou uma nova administração. Agora o grupo está convencido de que a Yves Saint Laurent passou o pior. No ano passado, as vendas saltaram 14%, para 221 milhões de euros (US\$ 344 milhões) e as perdas operacionais da divisão se reduziram de 49 milhões de euros para 32 milhões. O Gucci Group calcula que a marca precisa de 300 milhões de euros em vendas anuais para chegar ao ponto de equilíbrio.

Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 3 jun. 2008, Empresas, p. B9.