



## GESTIÓN

# El lujo, el Silicon Valley europeo

**ALTA GAMA** El 70% de las marcas que se comercializan en el mundo son europeas.

**Emelia Viaña**, Madrid  
 "El sector del lujo es el embajador perfecto de un conjunto de valores intrínsecamente europeos, como la excelencia, la creatividad y la artesanía. Gracias al crecimiento continuado de esta industria, ofrecemos oportunidades a los jóvenes de toda Europa. Nuestro sector ha crecido tomando como base las virtudes de la artesanía tradicional, la cultura y la creatividad hasta convertirse en el Silicon Valley europeo". Así se refería el director general de Harrods y presidente de ECCIA, institución que acoge a todas las asociaciones de empresas de alta gama europeas, Michael Ward, a un sector que emplea a un millón de personas en Europa y que es capaz de generar medio millón de puestos de trabajo más de forma indirecta.

El 70% de las marcas de alta gama que se comercializan en el mundo son europeas y entre las 25 empresas más grandes del sector, 17 están en la Unión Europea. Además, el lujo supone el 17% de las exportaciones del Viejo Continente, que ha visto cómo en plena crisis económica se han creado a partir de él 10.000 empleos más. El sector movió el año pasado 570.000 millones de euros y el 65% de todo lo que se fabrica en Europa se exporta. "Hay marcas con siglos de historia, hay diversidad, se respeta y valora la artesanía, se fomenta la calidad. Europa es irreplicable", afirma Carlos Falcó, presidente ejecutivo de Círculo Fortuny, un organismo desde el que se promueven las marcas de alta gama es-



**HARRODS** Su director general definió el lujo como el Silicon Valley europeo. En su opinión, la creatividad y la artesanía definen a los productos europeos, algo que no se puede copiar en una fábrica en China. Diecisiete empresas de las más grandes del mundo están en la UE.

pañolas. En nuestro país, esta industria mueve más de 6.000 millones de euros al año, con tasas de crecimiento superiores a la media de la economía española. "La contribución de este sector a España y a su crecimiento es enorme, por eso tenemos que protegerlo", señala Falcó, como responsable del Círculo Fortuny, donde continúan algunas marcas fundadoras, como Loewe, Lladró, Carrera y Carrera, Natura Bissé, Numanthia, Sotogrande, Marqués de Griñón o LA Organic.

Más del 75% de los ciudadanos reconoce la importancia

### Los consumidores valoran la calidad, la artesanía, la tradición y la historia de los productos europeos

de la industria de alta gama para el futuro de la cultura, la economía y el empleo de calidad europeos. El problema es que no siempre se valora, sobre todo desde las instituciones, el esfuerzo que se hace desde el sector por mantener la marca en Europa con costes laborales más altos.

Marcas como Cinco Jotas, Osborne, Vega Sicilia o Dehe-

sa de Los Llanos están asociadas a la calidad dentro y fuera de nuestro país. El sector del lujo facturó 217.000 millones de euros en 2014 a nivel mundial, y se prevé que en España crezca este año entre un 2% y un 4%, según la consultora Bain & Company, que también apunta que nuestro país ocupa el quinto lugar en el mercado del lujo dentro de la UE. Para ello, según el IE Luxury Barometer 2014, elaborado por María Eugenia Girón Dávila y David Milán Planelles, el sector tendrá que prestar más atención a la experiencia del cliente y a Internet.



**LOEWE** Nació en Madrid en 1846 y pertenece al grupo LVMH desde 1996. Hoy tiene más de 160 tiendas en todo el mundo (en la imagen, la última abierta en Miami, decorada con un hórreo).



**SOTOGRADE** Rusos, chinos, ingleses o alemanes han visto en el sector inmobiliario una oportunidad. Algunas urbanizaciones de lujo, como ésta fundada en 1962, han sido su objetivo.