

## **HAUTE COUTURE: DA ATUALIZAÇÃO DOS ESTATUTOS AOS DIAS DE HOJE**

*Haute Couture: from the statutes update to nowadays.*

Ábile, Bárbara Venturini; Mestra em Sociologia; Universidade Estadual de Campinas,  
bvabile@gmail.com<sup>1</sup>

**Resumo:** O objetivo deste trabalho é investigar as mudanças pelas quais a nomenclatura *Haute Couture* passa nas últimas três décadas. As razões que motivaram a atualização de seus estatutos em 2001 e suas decorrências serão apresentadas considerando tanto o papel da organização profissional *Fédération de la Haute Couture et de la Mode*, quanto dos empresários de conglomerados de luxo que fazem parte dela.

**Palavras chave:** alta costura; conglomerados; *Fédération de la Haute Couture et de la Mode*.

**Abstract:** The aim of this paper is to investigate the changes that the *Haute Couture* nomenclature has undergone over the last three decades. The reasons that motivated the update of its statutes in 2001 and its consequences will be presented considering both the role of the professional organization *Fédération de la Haute Couture et de la Mode*, and the luxury conglomerate entrepreneurs who are part of it.

**Keywords:** *haute couture*; conglomerates; *Fédération de la Haute Couture et de la Mode*.

---

<sup>1</sup> Doutoranda em Sociologia pelo Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Estadual de Campinas e Mestra (2019) pela mesma Universidade, com orientação do Prof. Dr. Renato Ortiz. Estágio de pesquisa na Université Sorbonne Nouvelle - Paris 3 (2022-2023) e no Collège d'Études Mondiales (2018). Membro do Grupo de Estudos em Bourdieu (GEBU) desde 2017.



## Introdução

O objetivo deste trabalho é investigar as mudanças pelas quais a Alta Costura passa nas últimas três décadas. Alta Costura (*Haute Couture*, em francês) se refere a um modo de produção de roupas mobilizado por costureiros parisienses desde, pelo menos, o final do século XIX. De maneira geral, trata-se de peças feitas sob medida; costuradas à mão; em poucas unidades; apresentadas no formato de desfiles; e vendidas para mulheres da elite. Os estudos de moda convencionaram a atribuir o surgimento da atividade à Charles Frédéric Worth: não à toa ele é conhecido na literatura específica como o ‘pai da Alta Costura’. A abertura de sua *maison*, isto é, de sua unidade de produção de roupas sob medida, no ano de 1858 em Paris, marca o início de um período em que os costureiros passam a ser reconhecidos como personagens detentores de uma certa autonomia de criação em matéria de moda (LIPOVETSKY, 1991, p. 80). Com a multiplicação de tais produtores e a criação de suas próprias *maisons*, eles se envolvem em disputas para definir as regras e limites da atividade, até então chamada de *couture*.

Como nos conta Mouclier (2004) e Grumbach (2017), visando seu estímulo e proteção, os representantes de algumas *maisons* criam, em 1910, a *Chambre Syndicale de la Couture Parisienne*<sup>2</sup> (CSCP). A partir de 1973, essa organização profissional passa a compor a *Fédération Française de la Couture, du Prêt-à-porter des Couturiers et des Créateurs de Mode*, que também representava as *chambres syndicales* da moda masculina e a da moda feminina, além da CSCP, dedicada à Alta Costura. Enfim, em 2017, o nome do agrupamento é alterado para *Fédération de la Haute Couture et de la Mode* (FHCM), mantendo a representação das 3 *chambres syndicales* mencionadas. Ao longo de sua existência, a organização profissional em questão se envolveu no oferecimento de serviços a seus membros, como consultorias jurídicas, participação em questões trabalhistas, formações de mão de obra e divulgação das *maisons*. Ela também foi a responsável pela montagem e coordenação dos calendários de desfiles da capital francesa, que hoje se dividem em Paris Fashion Week e Haute Couture Week, consideradas as mais importantes e internacionais semanas de moda da indústria.

A partir do papel de tal organização profissional e das contribuições de Milleret (2015) e Grau (2000), primeiramente será discutido o estabelecimento do primeiro estatuto jurídico da

<sup>2</sup> A CSCP nasce após a dissolução de uma outra organização, a *Chambre Syndicale de la Confection et de la Couture pour Dames et Fillettes*, criada em 1868. Ver Kurkdjian, 2019.

Alta Costura, de 1945. Argumentaremos que durante a segunda metade do século XX, e principalmente a partir dos anos 1990, a atividade passa por décadas de sucesso, mas também de dificuldades. A partir de informações retiradas dos arquivos consultados, será tratada a atualização de seus estatutos, que ocorre em 2001. A análise do período pós atualização, por sua vez, será feita a partir de Donzé e Wubs (2019), considerando a presença dos empresários dos grupos de luxo. Refletiremos em que medida eles se relacionam com a *Fédération* e sobre o interesse desses agentes em reconfigurar a *Haute Couture*. Por fim, esses elementos nos permitirão problematizar essa suposta reconfiguração.

Os materiais recolhidos para a construção desta reflexão consistiram em uma seleção de reportagens e entrevistas de periódicos, compreendendo os anos de 1980 até 2023: foram 382 artigos provenientes do estadunidense *Women's Wear Daily*; 104 retirados do francês *Journal du Textile*; e 155 de mídias como *Le Figaro*, *Agence France Presse*, *The New York Times*, *Reuters*, *The Telegraph*, *The Guardian* e *The Daily Mail*. Os arquivos de versões anteriores da *Fédération* foram igualmente mobilizados, compreendendo dos anos 1920 a 1959, assim como os livros de dois antigos presidentes da organização, Jacques Mouclier e Didier Grumbach. Todos esses materiais foram analisados qualitativa e quantitativamente.

### ***De couture à Haute Couture***

Após o final da Segunda Guerra, a crise e a penúria material se expandem na França, dificultando a criação de peças nas *maisons* (MASELLI, 2018, p. 130). Nesse contexto, a CSCP passa a mediar as autorizações para a compra de matérias primas essenciais, como grandes metragens de tecido. Entretanto, dada a falta de critérios objetivos que permitissem a compra por certas *maisons* em detrimento de outras, foi necessária a implantação de uma distinção entre aquelas mais potentes comercialmente, que seriam autorizadas, e as menos potentes, que não seriam contempladas nesse primeiro momento. É com esse objetivo e nesse cenário que, em 23 de janeiro de 1945 foi assinado, por Pierre Mendès France (Ministro da Economia Nacional da França entre 1943 e 1945) e Robert Lacoste (Ministro da Produção Industrial da França entre 1945 e 1947), os termos que regulamentavam a prática da *couture*; e em 6 de abril de 1945, os termos que regulamentavam o uso da nomenclatura *Haute Couture*.

Ficou estipulado que os critérios para adquirir o direito de uso da nomenclatura<sup>3</sup> seriam, a saber: ter pelo menos 20 pessoas empregadas na produção de peças; tais peças deveriam ser executadas unicamente nos ateliês da *maison*, que deveriam estar, obrigatoriamente, em Paris; salvo exceção (ver nota 3), em cada coleção deveria ser apresentada, no mínimo, 75 modelos diferentes; dois desfiles por ano deveriam ser realizados na capital francesa, seguindo as regras para apresentação para imprensa; e cada *maison* deveria disponibilizar pelo menos três *mannequins* fixas para as provas das peças (MILLERET, 2015, p. 178; REYBAUD, 2002). Os textos regulamentares afirmavam ainda que as empresas que adquirissem a nomenclatura *Haute Couture* deveriam, a partir daquele momento, anunciá-la em sua razão social, marca e publicidades; seus modelos criados deveriam ser reproduzidos somente pela própria empresa, excluindo todo tipo de terceirização ou fabricação em série; e eles deveriam ser feitos a partir das medidas das clientes, comportando uma ou mais provas (GRUMBACH, 2017, p. 38). Na década de 1950, a Comissão de Classificação e Controle, responsável por verificar se uma *maison* candidata estava apta para utilizar a nomenclatura *Haute Couture*, era formada por membros da CSCP nomeados anualmente pelo Ministério da Indústria e do Comércio francês (CSCP, 1954a). O regimento interior de tal Comissão afirmava que as candidaturas para a classificação deveriam ser feitas de acordo com os prazos fixados pela organização (CSCP, 1954b). Além disso, todas as candidaturas deveriam ser direcionadas à CSCP, junto de uma declaração da *maison* atestando que ela seguia os critérios obrigatórios definidos por lei. Por fim, a CSCP cobrava uma taxa de exame, que em 1954 estava fixado no valor de 5.000 francos (CSCP, 1954c).

Após sua regulamentação jurídica, o negócio da Alta Costura vive uma época de ouro: as vendas eram consideradas boas; ela circulava na mídia e no cinema, o estadunidense principalmente; era promovida em eventos e manifestações de diversos países; e foi reconhecida como uma atividade importante pelo governo francês (DEMORNEX, 2007, p. 97; DUBÉ-SENÉCAL, 2021, p. 262; GILBERT, 2019, p. 87). No entanto, isso não impediu com que ela sofresse um enfraquecimento econômico e simbólico, que pode ser atribuído à uma série de razões. Pode-se citar como exemplo a dificuldade de controle da cópia de suas peças;

<sup>3</sup> A nomenclatura *Haute Couture* era, por lei, somente passível de ser atribuída às *maisons* que seguissem o regulamento de 6 de abril de 1945, que estabelecia os critérios de classificação *couture-création*. Excepcionalmente, as empresas não classificadas como *couture-création*, mas que cumprissem com certos requisitos, também poderiam ter o direito de utilizar a nomenclatura *Haute Couture*, após aprova o de uma comissão específica (GRAU, 2000, p. 114).

o domínio do *ready-to-wear* e do *prêt-à-porter*, modalidades de roupas prontas para vestir, produzidas mais rapidamente e vendidas por um preço mais acessível que a Alta Costura; e a emergência de outros criadores e polos de moda, sobretudo Nova Iorque e Milão (GRUMBACH, 2017, p. 82; ZAJTMANN, 2015, p. 3).

### Da atualização nos estatutos aos dias de hoje

A década de 1980 foi um momento de intensificação desses desafios. Mesmo com o forte investimento em publicidade e a presença crescente de marcas, novos criadores, profissionais e jornalistas nos desfiles de moda realizados em Paris, a necessidade das *maisons* seguirem as regras rígidas de 1945 foi se tornando um obstáculo intransponível (MENKES, 1986; MORRIS, 1982). As dificuldades aumentam de escala com o processo de globalização dos mercados e mundialização da cultura, época em que se percebe, de maneira mais explícita, as mudanças na produção, venda, difusão e comércio de roupas (CRANE, 1997, p. 411). Dessa forma, na década de 1990, frente as discussões sobre a insustentabilidade da Alta Costura e de como ela havia perdido o prestígio de outrora, algumas *maisons* renunciam à nomenclatura e/ou deixam de seguir as suas regras à risca (DEENY, 1990; PIGANEAU, 1995b). Assim, se entre 1990 e 1995 havia uma média de 20 *maisons* que detinham a nomenclatura *Haute Couture*, no final da referida década tal número cai praticamente pela metade (FORESTIER; LAGOUTTE; LEON-DUFOUR, 1999; LANGLEY, 1991; LICHT, 1996; SEPULCHRE, 1995). O cenário tem um efeito dominó: o calendário de desfiles vai diminuindo, os jornalistas de moda deixam de ir à Paris, as marcas perdem espaço na mídia e as vendas caem. Neste cenário, a Fédération passa a conceder exceções a algumas regras estabelecidas em 1945 (DEENY, 1991a). Concomitantemente, a organização também cria estratégias visando diversificar a programação dos desfiles coordenados por ela, favorecendo a participação de nomes que tinham interesse em possuir a mais prestigiosa nomenclatura da moda.

É só em 1996 e em 1997 que se percebe uma real abertura nesse sentido. Em 1996, pela primeira vez, a Fédération abre espaço para marcas não francesas fazerem parte do cronograma da semana de moda de Alta Costura, junto dos membros ditos permanentes: ela chama criadores como Valentino, Versace e Yudashkin para apresentarem suas respectivas coleções sob medida, sob o título de membros correspondentes (FORESTIER; LAGOUTTE; LEON-

DUFOUR, 1999). Já em 1997, ela cria a categoria membros convidados, na qual marcas dirigidas pelos criadores mais célebres de *prêt-à-porter* são convidadas pela Fédération e apadrinhadas por um membro da organização para participar da Haute Couture Week. As marcas escolhidas para inaugurar a categoria foram Jean Paul Gaultier e Thierry Mugler, inscritos no calendário de janeiro daquele mesmo ano. Burocraticamente, essa decisão não exigia que as marcas de *prêt-à-porter* se submetessem às regras estritas da Alta Costura, mas também não concedia a elas o direito de usar a nomenclatura, como os membros permanentes (GUYOT, 1997).

Com a quantidade de exceções e adendos às regras originais, a pauta sobre a mudança nos estatutos da *Haute Couture* passou a ser cada vez mais presente tanto dentro da Fédération, como no governo francês (DEENY, 1991b; LANGLEY, 1991; REUTERS, 1991). As primeiras discussões sobre o assunto foram realizadas ainda em 1991, encabeçadas por Dominique Strauss-Kahn, ministro da Indústria e do Comércio Exterior entre 1991 e 1993, e Jacques Mouclier, presidente da Fédération entre 1991 e 1998. De maneira geral, a proposta de alteração do estatuto foi construída visando descartar os critérios quantitativos exigidos até então, mas manter os qualitativos, com o objetivo de diminuir os gastos que uma *maison* poderia ter, caso ela obtivesse o direito de usar a nomenclatura (GARDIN, 2011). Ao diminuir esses custos seria possível atrair novos talentos, o que por sua vez renovaria a atividade, além de suscitar o interesse de novos investidores (DEENY, 1992; MOUZAT, 2005). Sobre esse último ponto, Didier Grumbach, presidente da organização entre 1999 e 2014, sublinhava que para que esse *savoir-faire* único na história dos *métiers* franceses pudesse continuar sendo preservado era preciso financiamento. Mas que para obter esse financiamento era preciso demonstrar que as marcas que detinham a nomenclatura podiam fazer dinheiro (FORESTIER; LAGOUTTE; LEON-DUFOUR, 1999).

Estabelecido em 2001, o novo estatuto da *Haute Couture* afirmava que, para as *maisons* mais antigas, (i) deixava de ser obrigatória a apresentação das coleções em manequins vivos e (ii) os números de passagens nos desfiles caíam de 75 para 50. Para as *maisons* novas (iii) seria possível empregar um mínimo de 10 pessoas para produzir as duas coleções anuais obrigatórias e (iv) tais coleções poderiam ter apenas 25 passagens. Para incentivar a renovação de membros, as marcas candidatas à nomenclatura permanente poderiam, durante um período de dois anos, (v) não satisfazer todas as necessidades técnicas, sendo que (vi) após cinco anos

de apresentação de coleções e o voto de uma comissão específica (composta de 12 membros da Fédération e do governo francês), a nomenclatura poderia ser atribuída, mesmo sem que o criador cumprisse com o critério (iii) (CHAPUIS, 2008; LECOMPTE-BOINET, 1992a, 1992b; MOUZAT, 2005).

Na visão dos representantes da FHCM, a atualização nos estatutos permitiu com que a prática se reconfigurasse totalmente. Grumbach chegou a afirmar que, nos últimos anos, graças à entrada de novas marcas, a Alta Costura deixou de ser um conservatório e transformou-se em um observatório (CHAPUIS, 2014). Para ele, a estratégia de flexibilizar as antigas regras aumentou o número de empresas que podiam usar a nomenclatura, além de favorecer a criação de novas *maisons*.

De fato, é possível notar certas mudanças na Haute Couture Week após a atualização. Primeiramente, há um acréscimo global no número de nomes que passaram a desfilarem no evento: por exemplo, se o desfile de janeiro de 1997 contou com 14 participantes (PIGANEAU, 1995a), em 2003 esse número já sobe para 26 (ROBERT, 2003). Percebe-se também uma maior representatividade de nacionalidades. Em janeiro de 1996, 15 *maisons* apresentaram suas coleções sob medida, dentre as quais 13 eram francesas, 1 era japonesa e 1 espanhola (PIGANEAU, 1995b). Já em janeiro de 2023, dentre as 29 *maisons* que desfilaram, 19 delas não eram francesas, ou seja, mais da metade. Dentre os membros permanentes, havia um italiano e um libanês; dentre os correspondentes, eram três italianos, dois holandeses e um libanês. Além destes, contava-se 11 membros convidados de origens como China (1), Espanha (1), Países-Baixos (1), Índia (2), Itália (1), Japão (1), Líbano (3) e Marrocos (1).

Mas seriam essas mudanças o suficiente para constatar, como Grumbach faz, um afastamento da Alta Costura de sua característica conservadora? Buscando responder a essa pergunta, toma-se os dados da Tabela 1. Ela nos mostra que, apesar de uma pequena variação, o número de *maisons* que manteve a nomenclatura *Haute Couture* de maneira permanente, com o passar dos anos, fica em torno de uma dezena. Isso revela que, após a atualização dos estatutos, o que parece ter contribuído para o aumento do número de desfiles, de nacionalidades representadas e até mesmo de aderentes da categoria na Fédération, são os membros convidados e correspondentes.

Tabela 1: quantidade de membros permanentes e outros membros que detém a nomenclatura Haute Couture

Ano	Membros permanentes	Outros membros
2001	12	13
2003	13	13
2006	10	16
2008	11	17
2013	14	13
2017	15	20
2022	13	16
2023	11	18

Fonte: (FHCM, [s.d.]; GASQUET, 2004; LE FIGARO, 2001; LEGRAND, 2017; SAVIDAN, 1996; SOURCE AFP, 2017). Autoria: Bárbara Venturini Ábile.

Contudo, uma análise detalhada nos mostra que há uma maior rotatividade de marcas que estão nessas duas últimas categorias, em relação as que estão na primeira. Por exemplo, em 2013 havia 14 membros permanentes e em 2023 foram 11 dessa mesma categoria, sendo que 7 dentre eles aparecem nos dois anos. Quando se olha para os membros convidados e correspondentes, o resultado é outro. Em 2013 havia 13 maisons desta categoria e em 2023 eram 18. No entanto, somente 5 entre eles aparecem nos dois anos (em sua maioria, membros correspondentes). Se estendemos a análise, nota-se ainda que se entre os membros convidados e correspondentes há nomes que aparecem durante somente duas estações na Haute Couture Week, é possível encontrar membros permanentes presentes desde meados do século XX.

Isso é relevante pois mesmo que novas e pequenas empresas tenham a tendência de serem mais inovadoras<sup>4</sup> e que a elas seja atribuído o motivo da *Haute Couture* ser um observatório de marcas, não são elas que possuem uma maior constância no calendário, nem que se destacam nos eventos promovidos pela FHCM. Pelo contrário, quem ocupa esse lugar são exatamente as casas que fizeram sucesso no século XX, como Chanel e Dior, por exemplo. Mesmo que em menor número, são elas que continuam tendo uma maior força de atração nos desfiles em termos de cobertura, presença de jornalistas e personalidades, vendas e, claro, investimento (DEENY, 2023). Soma-se a esse argumento o fato de que é improvável que as marcas entrantes no calendário possam, de fato, se tornar novas Chanel e Dior. Sobre esse aspecto, Crane (1997) já demonstrou que na indústria da moda, as novas marcas tendem a ser

<sup>4</sup> "Estudos anteriores também indicam que o tamanho de uma organização cultural tem implicações importantes para o nível de inovação que aparece nos produtos produzidos ou disseminados pela organização. (...) Organizações culturais pequenas tendem a ser dominadas por criadores em vez de gerentes e, portanto, têm maior probabilidade de assumir riscos na produção e distribuição de material inovador. Organizações muito grandes são controladas por gerentes cuja principal preocupação é o lucro, e não a qualidade estética e a inovação" (CRANE, 1997, p. 394) (tradução nossa).

relegadas às margens do mercado devido ao alto custo de criar um negócio de escala global. Esse aspecto nos leva a considerar, portanto, um outro agente nessa equação: os empresários de conglomerados de luxo.

### Os grupos de luxo, a FHCM e a *Haute Couture*

Por muito tempo a presidência das versões anteriores da FHCM foi conduzida por costureiros, como Georges Doeuillet (1911-1912) e Jeanne Paquin (1917-1919); por administradores de *maisons*, até então pequenas e médias empresas, como M. Clément, diretor da Maison Paquin (1920-1927) e Pierre Gerber, diretor da Maison Callot Soeurs (1935-1937); bem como por pessoas que não haviam feito carreira na indústria da moda, como Jacques Mouclier (1991-1998). No entanto, a composição da governança da Fédération muda substancialmente com o aparecimento de conglomerados e grupos de luxo. Por conglomerados ou grupos de luxo entende-se uma grande companhia que detém um certo número de empresas menores; um controle centralizado de recursos financeiros; sistemas de distribuição específicos e comercialização de produtos a nível global (DONZÉ; WUBS, 2019, p. 63). Na indústria da moda, tais grupos começam a se formar sobretudo nos anos 1980 e 1990, a partir da compra de pequenas e médias empresas que tiveram, ao longo do século XX, a produção sob medida ou produtos em couro como especialidade (MICHETTI, 2015, p. 46).

Com a compra de marcas que faziam parte da FHCM, conseqüentemente alguns desses empresários foram absorvidos pela organização profissional em questão. Atualmente, o presidente da Fédération e da Chambre Syndicale de la Haute Couture faz parte do grupo Chanel e a presidente da Chambre Syndicale de la Mode Féminine faz parte do grupo Montefiore. O Conselho de Direção da organização conta com representantes dos grupos Kering, Hermès, LVMH, Tods, Richemont, OTB, Puig, além de Chanel e Montefiore. Fora isso, é possível encontrar nos Conselhos de Direção das câmaras sindicais específicas membros desses mesmos grupos, além de representantes da Issey Miyake Inc, Sankyo Seiko Co e Guo Guangchang's Fosun International. Em resumo, 5 dentre os 10 maiores grupos de luxo do mundo<sup>5</sup> estão presentes na governança da Fédération.

<sup>5</sup> Segundo o relatório Global Powers of Luxury Goods 2021, realizado pela Deloitte, os 10 maiores grupos de luxo do mundo são, em ordem de classificação: LVMH (França); Kering (França); Estée Lauder (Estados Unidos); Richemont (Suíça); L'Oréal (França); Chanel (França); EssilorLuxottica (Itália); PVH (Estados Unidos); Hermès (França) e Chow Tai Fook (China).

É interessante perceber que já na década de 1990 esses grupos e conglomerados investem em estratégias para suas marcas, que podem ser lidas como complementares àquelas da Fédération, que visavam a atualização da Alta Costura. Por exemplo, se em meados do século XX, eram as próprias *maisons* que formavam os estilistas internamente e promoviam os antigos assistentes à diretores criativos, no final deste período os conglomerados estavam buscando externamente uma nova geração de talentos. Assim, no mesmo momento em que a Fédération incentiva uma abertura a criadores estrangeiros na Alta Costura, vemos a contratação do inglês John Galliano pela Givenchy (LVMH) em 1995, e pela Dior (LVMH) em 1996; a contratação de Alexander McQueen, também inglês, pela Givenchy em 1996; e a contratação de Martin Margiela, belga, pela Hermès (grupo Hermès) entre 1997 e 2003. O interesse pela renovação da prática vem ainda de uma outra forma no caso do grupo LVMH: a *maison* Christian Lacroix, que começa a ser planejada nos anos 1980 e é lançada em 1992, também foi uma estratégia para renovar a ‘velha instituição parisiense’ da Alta Costura (MANGENOT, 1992). Ainda que a marca fosse nova, o intuito do lançamento foi construir uma *maison* cuja produção sob medida pudesse seguir à risca todos os pontos do estatuto antigo da *Haute Couture* (MANGENOT, 1992), empreendimento que, devido a rigidez das regras, só poderia ser realizado com os recursos financeiros de um grupo empresarial.

Apesar do investimento maciço dos grupos de luxo na Alta Costura há pelo menos três décadas, o lucro direto que ela fornece é escasso. Mesmo que as peças sob medida custem a partir de 100 mil euros (chegando a custar, com frequência, 4 vezes mais que isso); e que o volume de negócios anual das *maisons* implicadas atualmente chegue a 30 bilhões de euros (DEENY, 2023), a Alta Costura continua sendo uma atividade que, essencialmente, suga recursos financeiros. Os desfiles são um dos pontos mais sensíveis nesse sentido: a despeito do alto valor empregado em sua produção, eles não servem mais para promover vendas diretas, mas sim para fazer circular a imagem das marcas (GUYOT, 1997; PIGANEAU, 1995b; REYBAUD, 2002). E é esse último ponto, a circulação da imagem, que resume o grande interesse dos grupos de luxo pela Alta Costura e sua renovação.

Primeiramente porque tais grupos perceberam que a atividade, se bem explorada, poderia ser uma vitrine para a venda de outros produtos de suas marcas, como bolsas, perfumes e cosméticos (CHAPUIS, 2008). Mais do que isso, percebeu-se também que o marketing realizado a partir dela é inigualável. Investir na Alta Costura visando retornos não apenas na

venda de outros produtos, como também nas áreas de criação, institucionalização e manutenção das marcas, tem muito mais retorno econômico e simbólico do que investir em publicidade (ROBERT, 2003). Afinal, mesmo que os clientes da *Haute Couture* não cheguem a 5.000 pessoas no mundo, a sua influência e magnetismo resta imenso, bem como seu impacto qualitativo, midiático e criativo (GARDIN, 2011). Prova disso é o *Media Impact Value* (MIV) dos desfiles de julho de 2022, revelado por Pascal Morand, atual presidente executivo da Fédération, avaliado em 120 milhões de euros (DEENY, 2023).

Considerando tal interesse e estímulo nessa “indústria” da Alta Costura, retomamos as informações da Tabela 1. Dentre os 7 membros permanentes encontrados tanto em 2013 quanto em 2023, três deles fazem parte de grupos de luxo, a saber, Chanel, LVMH e Puig, sendo os dois primeiros parte da lista dos maiores grupos de luxo do mundo. Ademais, nesse mesmo intervalo, um desses 7 membros permanentes é comprado pelo grupo Artémis, a maior acionista da Kering, que é parte da lista dos maiores grupos de luxo do mundo. Para além dos dados reunidos em tabela, nota-se também que ainda que depois de 2001 tenha havido uma flexibilização nas regras de inclusão no calendário de desfiles de Paris, vale dizer que elas continuam sendo as mais estritas de todas as capitais da moda. Ora, desde 1945, tanto as admissões aos calendários oficiais quanto a atribuição da nomenclatura são estudadas em comissões da Fédération; e a partir de 1990 tais comissões contam com a presença crescente de empresários de grupos de luxo. Isso significa que é possível detectar um mesmo grupo de pessoas (i) na governança da organização profissional que regula a *Haute Couture*; (ii) coordenando parte das marcas que possuem a nomenclatura permanentemente; (iii) e detendo a autoridade de atribuir tal nomenclatura a outras marcas.

Destarte, mesmo que Grumbach afirme que a perenidade da Alta Costura é garantida pelos sonhos que ela vende (GARDIN, 2011), nota-se que a atuação dos empresários de grupos de luxo também contribui para tanto. Eles se mostram como grandes coordenadores da atividade, e com sua alta quantia de capital em jogo fazem valer seus interesses. Portanto, apesar da narrativa que defende a existência de uma *nouvelle couture* após a mudança de estatutos da atividade, e que seja possível encontrar alguns traços dessa renovação em alguns aspectos, decerto há também uma considerável conservação. Ela, por sua vez, aparece tanto em um nível visível, quanto invisível, isto é, tanto no que se refere às marcas que detém a

autorização permanente de produzir a Alta Costura e tirar proveito da nomenclatura; quanto no que tange os responsáveis por cancelar tal autorização.

[ela@grandesite.com.br](mailto:ela@grandesite.com.br)

### Considerações Finais

As formulações aqui apresentadas chamam para uma reflexão sobre como se organiza a Alta Costura atualmente. Foi visto que a mudança em seus estatutos facilitou a possibilidade de marcas mobilizarem tal nomenclatura a seu favor, por determinado período. Uma vez inseridas em um espaço reconhecido pela indústria da moda, muitas *maisons* novas adquirem investimentos e notoriedade internacional, principalmente por conta de sua participação nas semanas de desfiles organizados pela FHCM. Tal movimento, nas palavras de Didier Grumbach, significaria que a Alta Costura deixa de ser definida como um conservatório de *maisons* tradicionais e adquire um status de observatório de novas marcas. Isso demonstraria que a FHCM e os grupos de luxo que a compõem agem em colaboração pela atualização da Alta Costura e buscam reconfigurar a atividade a partir de 2001. Mas apesar de verossímil, a ideia de reconfiguração não condiz totalmente com a realidade. Dada a influência da FHCM na moda global e o poder econômico que esses grupos empresariais possuem, seria possível sugerir que tais atualizações evidenciam um interesse na manutenção de certas posições de dominação.

Ainda que reveladora, a presença dos conglomerados na Alta Costura não é o suficiente para analisar as mudanças da atividade após 2001. Afinal, as marcas que não foram compradas (ainda) por tais grupos, sejam elas membros permanentes, correspondentes ou convidados, contam com uma fonte de investimento que é um pouco mais desafiadora de se investigar: os investidores e grupos privados. Nesse sentido, também vale considerar o cenário dessa história, a cidade de Paris. Desde 2010, há uma cooperação da FHCM com a prefeitura da cidade, que permite a abertura de seus espaços públicos e históricos (como Grand Palais, Trocadéro, Musée Rodin, Jardin des Tuilleries e Palais Galliera, por exemplo) para receber os desfiles da Paris Fashion Week e Haute Couture Week, que ocorrem seis vezes ao ano. Isso é relevante quando se observa o retorno econômico dessas semanas de moda: em 2018, por exemplo, ele foi de 450 milhões de euros (MORAND, 2018).

Portanto, se a presente reflexão esclarece que altas quantias de capital é um requisito para participar do restrito grupo que forma a Alta Costura contemporânea, ela evidencia, acima de tudo, a possibilidade e necessidade de novas agendas de pesquisa sobre o assunto.

### Referências

- CHAPUIS, D. Haute couture : la relève sort ses griffes. **Les Echos**, p. n.p, 30 jun. 2008.
- CHAPUIS, D. La haute couture met en avant ses jeunes griffes. **Les Echos**, p. n.p, 19 jan. 2014.
- CRANE, D. Globalization, organizational size, and innovation in the French luxury fashion industry: Production of culture theory revisited. **Poetics**, v. 24, n. 6, p. 393–414, 1 jul. 1997.
- CSCP. **Rapport d'activité de la Chambre Syndicale de la Couture Parisienne pour l'année 1954.** , 1954a.
- CSCP. **Procès-verbal de la réunion de la Commission de Classement "Couture-Création" pour 1954.** , 1954b.
- CSCP. **Règlement intérieur de la Commission de Contrôle et de Classement "Couture-Création".** , 1954c.
- DEENY, G. Couture's constant red ink: the high cost of high fashion. **WWD**, p. n.p, 18 jan. 1990.
- DEENY, G. Balmain returning to couture. **WWD**, p. n.p, 18 mar. 1991a.
- DEENY, G. France Proceeds With Plan To Revise Rules For Couture. **WWD**, p. n.p, 6 ago. 1991b.
- DEENY, G. New rules could rejuvenate couture. **WWD**, p. n.p, 26 jan. 1992.
- DEENY, G. La semaine de la Haute Couture, au chiffre d'affaires considérable, s'ouvre ce lundi à Paris. **Fashion Network**, p. n.p, 22 jan. 2023.
- DEMORNEX, J. **Lucien Lelong : l'intemporel.** Paris: le Promeneur, 2007.
- DONZÉ, P. Y.; WUBS, B. LVHM: Organizing Creativity and Entrepreneurship in Luxury and Fashion. Em: **European Fashion: the Creation of a Global Industry R.L. Blaszczyk and V. Pouillard, eds.** Manchester: Manchester University Press, 2019.
- DUBÉ-SENÉCAL, V. **La mode française: vecteur d'influence aux États-Unis, 1946-1960.** Paris: Hermann, 2021.
- FHCM. **Site FHCM.** Disponível em: <<https://www.fhcm.paris/fr>>.

FORESTIER, N.; LAGOUTTE, C.; LEON-DUFOUR, S. A quoi sert la haute couture ? **Le Figaro**, p. n.p, 8 mar. 1999.

GARDIN, M. La “nouvelle couture” prend ses quartiers d’été. **Reuters**, p. n.p, 23 jan. 2011.

GASQUET, P. DE. La haute couture bousculée par la mondialisation. **Les Echos**, p. n.p, juil 2004.

GILBERT, D. Paris, New York, London, Milan: Paris and a World Order of Fashion Capitals. Em: **Paris Capital of fashion V. Steele, ed.** London: Bloomsbury Visual Arts, 2019.

GRAU, F.-M. **La Haute Couture**. Paris: Presses universitaires de France, 2000.

GRUMBACH, D. **Histoires de la mode**. Paris: Éditions du Regard, 2017.

GUYOT, C. Paris reprend la main. **Journal du Textile**, 10 mar. 1997.

KURKDJIAN, S. The cultural value of Parisian Couture. Em: **Paris Capital of fashion V. Steele, ed.** London: Bloomsbury Visual Arts, 2019.

LANGLEY, W. Paris couture falls apart at the seams. **The Evening Standard**, p. n.p, 24 jul. 1991.

LE FIGARO. En chiffres. p. 14, juil 2001.

LECOMPTE-BOINET, G. La haute couture va ouvrir sa porte. **Journal du textile**, p. 4, 5 out. 1992a.

LECOMPTE-BOINET, G. La mode devient une affaire d’État. **Journal du textile**, p. 2–3, 26 out. 1992b.

LEGRAND, C. La haute couture esquisse son avenir. **Les Echos**, p. 28, 22 jan. 2017.

LICHT, D. Le prêt-à-porter au chevet de la haute. **Libération**, p. n.p, 21 jan. 1996.

LIPOVETSKY, G. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. 1a reimpr ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1991.

MANGENOT, A. Les habits neufs de la couture. **Journal du Textile**, p. 2–3, 10 fev. 1992.

MASELLI, I. Lucien Lelong and the Théâtre de la Mode: the Preservation of Haute Couture during Wartime. **Journal of Tourism, Culture and Territorial Development**, v. N.09, 2018.

MENKES, S. Paris “couture” is back in fashion. **The Times**, p. n.p, 31 jan. 1986.

MICHETTI, M. **Moda brasileira e mundialização**. São Paulo: Fapesp/Annablume, 2015.



MILLERET, G. **Haute couture : histoire de l'industrie de la création française des précurseurs à nos jours**. Paris: Eyrolles, 2015.

MORAND, P. 450 Millions: retombées économiques de la semaine de la couture. **Les Echos**, p. n.p, 19 jan. 2018.

MORRIS, B. The case for couture. **The New York Times**, p. n.p, 7 mar. 1982.

MOUCLIER, J. **Haute couture**. Neuilly-sur-Seine: J.-M. Laffont, 2004.

MOUZAT, V. Deux nouveaux élus. **Le Figaro**, p. n.p, 6 jan. 2005.

PIGANEAU, J. Paris offre une orgie de défilés aux acheteur. **Journal du Textile**, p. 40, fév 1995a.

PIGANEAU, J. L'avenir de la haute couture est en question. **Journal du Textile**, p. 2-3, 18 nov. 1995b.

REUTERS. Paris may relax rules of haute couture. **Reuters News**, p. n.p, 1 ago. 1991.

REYBAUD, F. Une réglementation plus souple. **Le Figaro**, 19 jan. 2002.

ROBERT, A. L. La haute couture cherche son souffle avec une nouvelle génération de stylistes. **La Tribune**, 21 jan. 2003.

SAVIDAN, D. Haute couture, haute tension. **Libération**, p. 22, 24 jan. 1996.

SEPULCHRE, C. La fédération de la couture élargit ses rangs. **Journal du Textile**, p. 5, 5 jun. 1995.

SOURCE AFP. Deux maisons décrochent l'appellation « haute couture ». **Les Echos**, p. 3, 4 jan. 2017.

ZAJTMANN, D. La place de Paris au sein des capitales de mode. **Modes de recherche**, 2015.