

BAZAR

Harper's

Octubre 2011 3,50€
www.harpersbazaar.es

ESPAÑA

TAPARSE
es *SEXY*
(muy sexy)



9 772171 214005



18

*"Mi esposa es un objeto sexual.
Cada vez que le pido sexo, ella objeta".*

BOB HOPE

AYMELINE
VALADE
De Gucci

A UN GRAN Almacén DE HISTORIAS

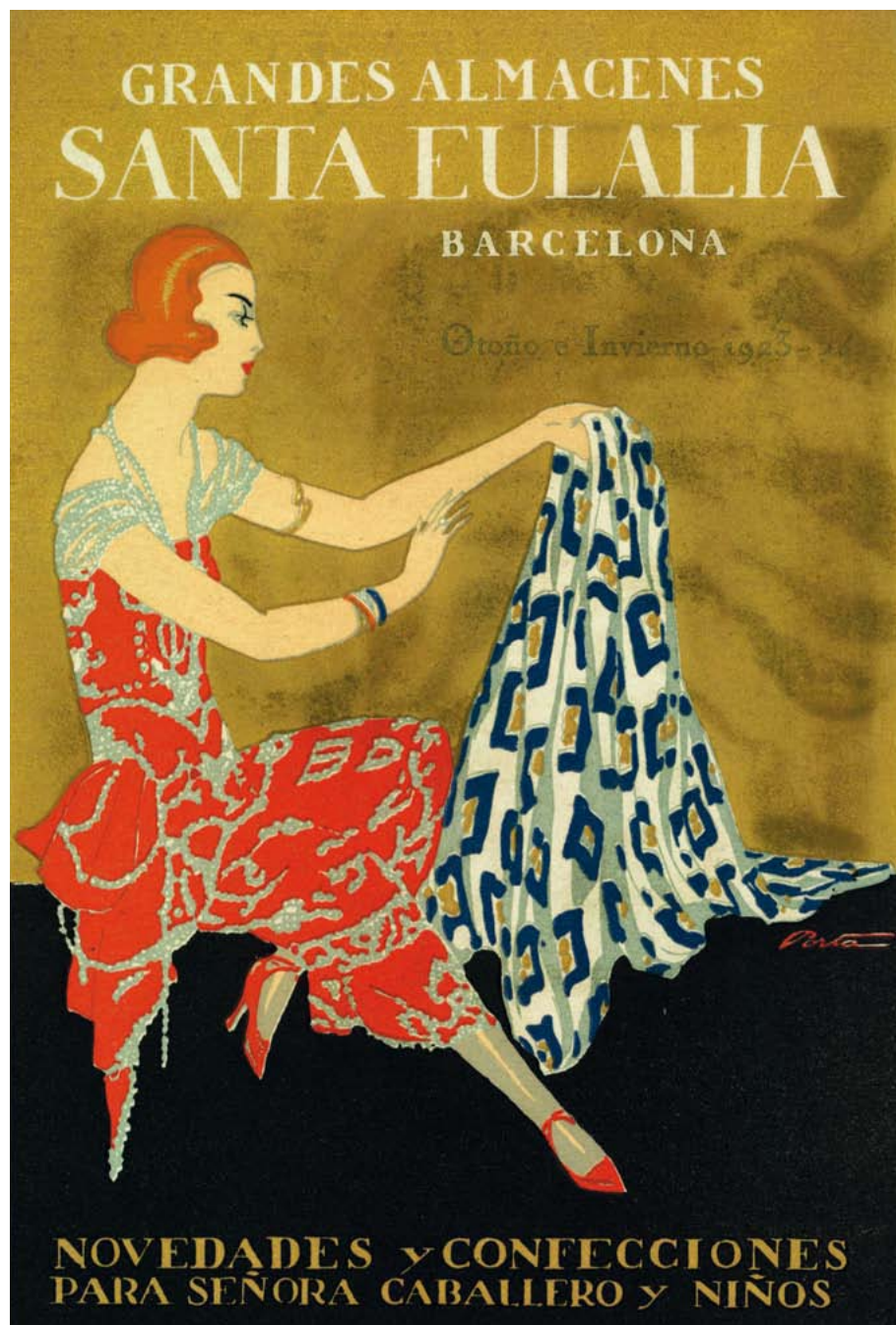
Trajes a medida, majestuosos salones de Alta Costura e invitaciones personalizadas. La historia de SANTA EULALIA es la de la moda española de los últimos dos siglos. Por Sara Hernando.

Hubo un tiempo en el que la moda era pausada, serena, con sustancia. Sin prisas, las clientas gastaban sus horas en las elegantes estancias de establecimientos como el que **Santa Eulalia**, que abrió sus puertas en 1843, tenía en el Pla de la Boquería de Barcelona. *Grandes Almacenes*. Así rezaba el cartel con el que el fundador, Domingo Taberner Prims, intentaba captar la atención del público.

Lo que hoy suena algo desfasado, era por aquel entonces sinónimo de comercio con caché, donde compraba la gente distinguida y elegante. “Comprar, comprar, no todo el mundo lo hacía. Recuerdo por ejemplo cuando mi padre me hablaba de Doña Carmen Polo y su arte para conseguir que le regalaran todo lo que le gustaba. Así que, cuando anunciaba su visita, retirábamos de la tienda las prendas más caras”, cuenta Luis Sans, presidente de Santa Eulalia y cuarta generación de la familia heredera.

Hoy, con firmas como Céline, Lanvin, Christian Louboutin o Marc Jacobs en sus estanterías y tras una profunda reforma, Santa Eulalia puede presumir de haberse convertido en la tienda multimarca de referencia en España. La nueva boutique (Paseo de Gracia, 93), inaugurada este año y diseñada por William Sofield, reúne todas las colecciones de hombre y mujer, además de un departamento de sastrería, un café, una terraza y un espacio utilizado como *pop-up store*. Curiosamente, el edificio en el que se ubica el actual establecimiento, hoy pertenece a Amancio Ortega, dueño de Inditex. “Cuando compró todo el inmueble pensamos que nos echaría, pero sucedió todo lo contrario. Nos ha ayudado en todo lo que hemos necesitado”, cuenta agradecido Luis Sans.

“La moda, lógicamente, ha cambiado muchísimo durante esos 168 años”, continúa Luis, “pero el concepto del lujo no tanto. Hoy se sigue apreciando la calidad y las cosas bien hechas”. A principios del siglo XX, por ejemplo, en sus escaparates no se anunciaban grandes nombres. La moda de entonces se nutría de modistas y sastres, más o menos talentosos, que copiaban los dibujos de las revistas que, a cuentagotas, llegaban de otros lares. Nada de diseñadores y firmas estrella. El precio era el resultado de la calidad de los materiales utilizados y del tiempo que se necesitaba para su realización. Dos trajes de día, dos de noche y un abrigo conformaban el armario básico para pasar la temporada. La





Modelo en los salones de Alta Costura de Santa Eulalia en los años sesenta. En la página anterior, un cartel publicitario del establecimiento de 1923.

“Cuando llegaba Carmen Polo quitábamos de la tienda las prendas más caras para no tener que regalárselas”

necesidad venía marcada por el tiempo, y las tendencias evolucionaban lentamente, acompañando los cambios sociales. Amplios faldones, kilómetros de tela y muchas crinolinas marcaron los primeros compases de esta tienda que pronto sucumbió, como toda Barcelona, al modernismo y al *art déco* de principios del siglo XX. Se desdibuja la cintura y el diseño se apunta al *look* a lo *garçon* abanderado por Coco Chanel y por las *flappers* que surgieron como setas después de la Primera Guerra Mundial. Atiendan si no a los estilismos de la cartelería de Santa Eulalia en aquellos años. Pelos cortos, casquetes a modo de sombreros, zapatos con pulserilla (para bailar el charleston), siluetas rectas, aplicaciones de piel... Aquellos anuncios constituían el único *márketing* de un periodo en el que la moda ya empezaba a marcar temporadas y a cambiar de estilo a mayor velocidad.

Abanderados de la modernidad, en Santa Eulalia realizaron su primer desfile de Alta Costura —y el primero de toda España— en 1926. Fue el cuñado del propietario de entonces, Pedro Formosa, quien se puso al frente del equipo de diseño encargado, hasta su fallecimiento en 1970, de dar forma a aquella colección y al resto de las que le siguieron. Aquello fue un capítulo clave de la intrahistoria de la moda española, que por aquel entonces se subordinaba a los grandes nombres (Poiret, Vionnet, Schiaparelli o Chanel), y que constituía la verdadera realidad de una industria de trajes a medida adaptados a las dimensiones y al gusto de cada clienta. “Recuerdo que acompañaba a mi madre cuando se iba a probar los vestidos a medida que encargaba. Me encantaba recoger con un imán los alfileres que se habían caído por el probador”, dice Luis Sans. Por aquel entonces, más de 700 personas trabajaban en un taller donde se prestaba especial atención a los detalles y cuya búsqueda de la excelencia y la calidad les proporcionó una fama a nivel internacional. “Cuando hace unos años Stella McCartney vino a la tienda para presentar su colección, lo que más le gustó fue nuestro taller artesanal de sastrería a medida. Así que le obsequiamos con un par de cortes de excelente sastrería para que se hiciese un traje de chaqueta”, recuerda Sans.

Entre el primer desfile de Alta Costura en 1926 y el primero de *prêt-à-porter* en 1968, Santa Eulalia abrió otro establecimiento en el número 60 del Paseo de Gracia dedicado exclusivamente a la moda femenina. El día de su inauguración, en 1941, el acto tuvo que retrasarse varios días para respetar el luto por el fallecimiento de Alfonso XIII. Su versión en masculino se situó tan sólo unos metros más arriba de esta aristocrática calle (en el número 93), cerrando así para siempre su tienda en el Pla de la Boquería. También mostró en 1953 sus diseños en el lujoso Hotel Minzah de Tánger, creó una división náutica en los años 60 —que fue inaugurada por el por entonces príncipe Don Juan Carlos—, y promovió el concurso “Miss Algodón”, una de las primeras competiciones de belleza de nuestro país.

Luego llegaron los 70 con sus vestidos largos y sus psicodélicos estampados. España se abrió a la moda que venía de fuera y en Santa Eulalia pronto empezaron a adquirir colecciones firmadas por diseñadores internacionales. Paulatinamente, los talleres fueron prescindiendo de personal y el modelo de negocio tuvo que reestructurarse. “Mi familia al completo se ha sentido siempre muy identificada con



El primer establecimiento de Santa Eulalia se encontraba en el Pla de la Boquería, en Barcelona. Esta imagen corresponde al año 1920.

Santa Eulalia, tanto los que han trabajado en ella como los que no. Todos hemos disfrutado de sus buenos momentos y sufrido en las situaciones difíciles”, reflexiona Luis Sans.

La nueva generación de clientes ya no necesitaba gastarse grandes sumas de dinero en trajes a medida, la oferta textil era mucho más amplia y seguir las tendencias que llegaban de Londres o París se convirtió en una necesidad. “Los clientes ahora están mucho más informados de las novedades y las tendencias están globalizadas. Además, contamos con un gran número de clientes internacionales que aprecian nuestra oferta”, cuenta Sans. Así que, a día de hoy, la oferta femenina la constituye en su totalidad algunas de las mejores firmas de la pasarela como **Tom Ford, Stella McCartney, Lanvin, Proenza Schouler, Céline, Isabel Marant** o **Marc Jacobs**. Y aunque tanto en moda de mujer como de hombre cuenta con una nutrida selección de marcas punteras, su estrella sigue siendo su taller. “Esta empresa tiene una tradición maravillosa de sastrería a medida y queríamos rendirle homenaje. Por esa razón, en el piso inferior hay un área aislada donde, a través de las ventanas, se puede observar el trabajo de los sastres, ver cómo cortan los trajes, y ser testigo así del patrimonio de Santa Eulalia”, explica William Sofield, arquitecto responsable del nuevo rostro de la boutique.

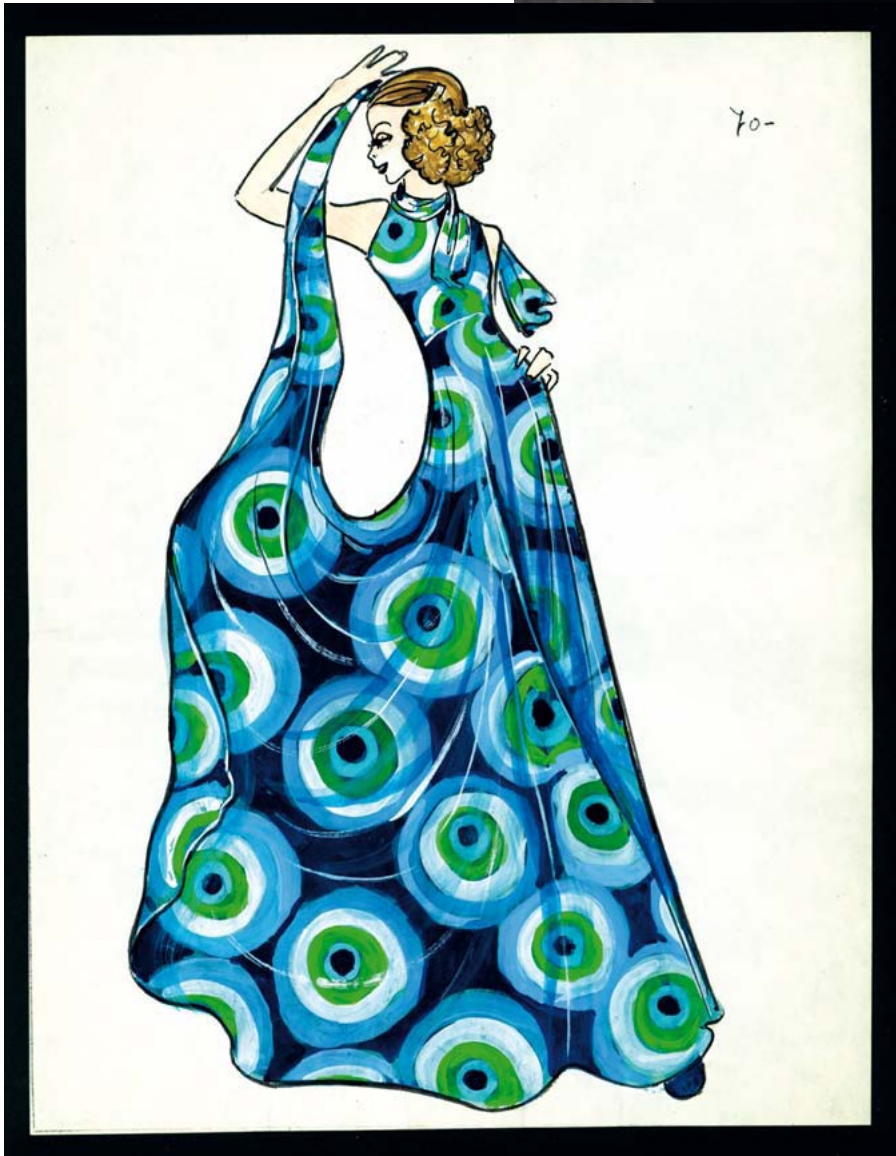
En sus casi 170 años de historia, Santa Eulalia ha sido testigo de excepción de todos los cambios sociológicos; ha visto llegar y ha despedido a todo tipo de modas; ha sufrido y ha sabido adaptarse a decenas de cambios. Ahora, este buque insignia de la moda española, estrena etapa con listas de espera para conseguir alguno de los bolsos del momento, con una clientela variopinta, internacional e informada y con nuevas instalaciones ¿O no tan nuevas? “Una parte del mobiliario proviene de nuestra tienda del Pla de la Boquería. Se han aprovechado partes del ascensor de los años 20 que, por cierto, fue uno de los primeros de Barcelona. Las sillas son las que se utilizaron en nuestro primer desfile de moda en 1926. Y los escaparates de latón provienen de la tienda de Paseo de Gracia 60”, describe Sans. Y es que, a pesar del paso de los años, la autenticidad y la historia sigue vendiendo. ■



En el sentido de las agujas del reloj: Ricardo Sans con los príncipes en 1960; la modelo Francina después de un desfile en los años 60; y desfile de Alta Costura en el Hotel Mizah de Tánger en 1953.



Arriba, Lorenzo Sans Roig, tercera generación de la familia, con la ganadora del concurso Miss Algodón.



Arriba, Lluís Sans y Pere Formosa, propietarios de Santa Eulalia, en una imagen de 1953. A la izquierda, ilustración con un diseño de Santa Eulalia de 1970.