

ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS

INTRODUCCIÓN	11
1 Una historia de seducción	19
Adictos al estilo	20
La primera marca de moda	21
Poiret sube la apuesta	24
Chanel, Dior y más allá	26
La muerte de la moda	32
El renacer de la moda	36
Sobrevivir a la crisis	40
2 La creación de una identidad	43
Controlar el argumento	48
<i>The Italian Connection</i>	53
3 El encuentro entre la alta costura y la gran distribución	61
Las alianzas estratégicas	62
La batalla entre el chic y el <i>cheap</i>	65
El síndrome de Estocolmo	69
Viva Zara	76
4 El diseñador como marca	83
Los nuevos ídolos	84
Cómo convertirse en una marca de diseñador	90
5 La tienda es la estrella	101
Las catedrales de la venta al público	103
La creatividad potencia el consumo	108
Los parques temáticos del lujo y los bazares urbanos	111
6 Anatomía de una tendencia	117
El <i>bureau</i> del estilo	118
Los nuevos oráculos	122
El <i>cool-hunter</i>	125