



Imágenes históricas del tenista René Lacoste, el 'Crocodile', antes de destacar en el mundo de la moda. Abajo, cartel e imagen de un anuncio de la marca en 1933, año en que la fundó junto a su socio André Gillier.



Lacoste

El 'coco' cumple los 75

UNA DE LAS MARCAS MÁS POPULARES DEL PLANETA CELEBRA ESTE 2008 SUS TRES CUARTOS DE SIGLO SIN UN SOLO SIGNO DE AGOTAMIENTO. ¿SU ORIGEN? UNA APUESTA. ¿SU FORTALEZA? LLEGAR A LA CATEGORÍA DE ICONO EN LOS 70 Y 80. LUEGO, LA EXPANSIÓN Y... EL MULTIPRODUCTO.

Texto Ramón Farners Fotos Archivo

Imagine el tenis dentro de 75 años". Así arranca la espectacular campaña (www.lacoste future.com) que Lacoste ha preparado por su 75 aniversario. La marca del cocodrilo no ha caído en la autocomplacencia y en las siete décadas y un lustro que han pasado desde que Jean René Lacoste, su fundador, decidiera lucir en su vestimenta el gran lagarto ha conseguido seguir en la brecha con una filosofía basada en la excelencia del producto. En la citada web, puede verse el espectacular anuncio donde dos tenistas con armadura y andares futuristas disputan un partido de tenis poco convencional.

Lacoste, tenista vascofrancés y empresario, firmó en 1933 un acuerdo con André Gillier, magnate del textil, para que éste último comercializara las prendas con el archiconocido símbolo de piel verde. Al deportista le llama-

ban *Crocodile* por una apuesta con el capitán del equipo francés de tenis: "Me prometió una maleta de piel de cocodrilo si ganábamos la Davis", contaba Lacoste sobre el origen de su apodo y a la postre el creador de su fortuna.

Dicho y hecho, en 1927 *Los Mosqueteros* (como llamaban a aquel equipo) le arrebató la Copa Davis a Estados Unidos. Como recompensa, Robert George -amigo de René Lacoste- le dibujó a éste el famoso cocodrilo en una de sus camisetas. Seis años después, cocodrilo en el pecho y con una prenda, el polo, invención del propio Lacoste, empezó a forjarse la leyenda. Era el principio de un icono.

El bicho verde. Tres décadas más tarde, la marca se metía de lleno en el terreno del *casual* y empezaba su propia aventura en el mundo de la moda. Nombres como los de Gilles Rosier

o Christopher Lemaire pasaron por las fábricas del sello y fue éste último el primero que se atrevió a mutar el color verde del cocodrilo para llevarlo un paso más allá.

El 75 aniversario de Lacoste llega con la marca metida a fondo en el *sportswear* y dando pasos de gigante en terrenos tan complicados como los de las zapatillas (sus modelos Missouri y Cabestan Cup son de lo más comentado en el mundillo) o las ediciones limitadas (sus colaboraciones con el diseñador Tom Dixon, las tiendas Kidrobot y Alife o la exclusiva revista *Visionaire*), y todo ello con ganas de demostrar que algunos reptiles no envejecen... Ni pasan de moda. ■

Xavier Gabriel

La suerte viaja al espacio

EMPRESARIO CON FORTUNA QUE NO CREE EN LA SUERTE PERO SÍ EN EL TRABAJO DURO. ES EL ARTÍFICE DE LA ADMINISTRACIÓN DE LOTERÍA QUE MÁS VENDE EN ESPAÑA CON DIFERENCIA -'LA BRUIXA D'OR'- Y SERÁ EL PRIMER ESPAÑOL QUE, EN 2009, IRÁ AL ESPACIO.

Texto Juan Manuel Dagnánz Fotos Óscar Rodbag

En lugar del tipo calvo que anuncia la suerte para la Lotería de Navidad en la tele, debería ser Xavier Gabriel quien anunciara el esperado sorteo cada año. No en vano, ha repartido casi treinta premios gordos y vende más que cualquier administración de lotería de España, incluso más que las de Canarias, Cantabria, La Rioja y Navarra juntas. Y es un hombre de palabra. Prometió que sería el número uno, y lo ha superado con creces. "Ahora sólo puedo hacerme competencia a mí mismo", sonríe. Ese afán de ir más allá es lo que le ha llevado a querer ir al espacio.

DURAS PRUEBAS. Será a finales de 2009 cuando se embarque en un avión especial fletado por Virgin Galactic -compañía de la que es socio fundador- para sentir durante unos minutos la falta de gravedad

y ver el globo terráqueo desde una perspectiva privilegiada. "Hace cinco años ya estaba detrás de este proyecto", dice. Eso sí, al ser uno de los fundadores de la empresa admite que tendrá un viaje distinto al del resto de personas que vuelen, a pesar de lo cual ha tenido que dejar de fumar -una de sus pasiones- y pasar por duras pruebas de preparación. "Ya tengo el certificado de haber superado todas las pruebas, entre ellas perder 11 kilos y superar 6G frontales y 3,5G verticales, más que Fernando Alonso, que debe soportar en una curva de 90 grados a 300 km/h una fuerza de 3G laterales", presume.

No duda de que éste es sólo el principio de una larga serie de viajes espaciales que, en veinte años, cambiarán su fisonomía: "El viaje será mucho más largo y tendrá unas variantes. Yo abriré el camino para

salir fuera porque aquí ya somos demasiados", ironiza y bromea con la idea de vender la Primitiva en la Luna.

Sin duda, domina el espacio, tanto el exterior como el cibernético. Tiene un canal propio en YouTube y hace poco abrió en internet un *blog* en el que vuelca sus impresiones sobre el viaje y en el que hay vídeos con los detalles de su travesía. Él no cree en la suerte, pero, aun con ella de su lado, hace falta mucho valor para flotar en el espacio. ■

El hombre orquesta

>>> Puede presumir de muchas cosas. Es embajador en España de los puros Habanos, ha vendido series de televisión a medio mundo, fue el proveedor de escarapates del mítico concurso *El precio justo*, y ha puesto en marcha una empresa que construye jets privados. "Mi hijo es piloto y pensó: ¿por qué no ponerle su propia aerolínea?", bromea. También está orgulloso de la cantidad de amigos que tiene, lo que le ha servido, entre otras cosas, para publicar un libro en China. Por si fuera poco, también presume de su fundación, que apoya a niños con síndrome de Down, y de tener un equipo de Legend Cars bajo la marca *La Bruixa d'Or*. ■

